

Más allá de la polarización: el puente económico invisible entre Cuba y los Estados Unidos

Oniel Díaz Castellanos

A pesar de la polarización, nunca La Habana y Miami han estado tan cerca. Mientras el conflicto político entre La Habana y Washington sigue atrapado en décadas de confrontación, en el terreno económico ha surgido una realidad paralela. El sector privado cubano y las empresas en Miami —especialmente las de la comunidad cubanoamericana— ya están profundamente interconectados. No a través de grandes acuerdos bilaterales, sino a través de remesas convertidas en capital, cadenas de suministro que operan en los espacios entre dos sistemas legales, talento que cruza el Estrecho de Florida sin moverse de su casa, y plataformas digitales que conectan oferta y demanda a ambos lados.¹

En *Auge* llevamos años observando y acompañando esta realidad. Desde 2015, hemos trabajado con cientos de emprendedores cubanos, y en 2022 publicamos nuestro informe [Las 100 mipymes de AUGE](#), donde documentamos, entre otros hallazgos, que el 16% de las mipymes que constituimos durante el primer año de creación de empresas privadas en Cuba tenían entre sus socios a cubanos residentes en el exterior, principalmente en los Estados Unidos.

La participación de la diáspora en el sector privado cubano no es nueva: tiene al menos cuatro años de historia documentada, y la reforma de marzo 2026 que legaliza la inversión de los cubanoamericanos viene a formalizar una realidad que ya existía.

Los números que cuentan la historia

Entre 2021 y 2025, las exportaciones de los Estados Unidos a Cuba crecieron un 148 %: de US \$327 millones a US \$810.8 millones. Este crecimiento no ocurrió por casualidad. Coincide directamente con la expansión del sector privado cubano, que requiere insumos, equipos y mercancías que la producción nacional no logra cubrir.

Exportaciones por año EE.UU. ↓ Cuba	2021	2022	2023	2024	2025
	US\$327 M	US\$372 M	US\$404 M	US\$585 M	US\$811 M

Lo más revelador: en 2025, las exportaciones destinadas específicamente al sector privado cubano (mipymes) alcanzaron los US \$173.6 millones. Solo en vehículos, el rubro con mayor dinamismo, se exportaron US \$149.4 millones, un crecimiento del 122 % respecto al año anterior.

Mientras las exportaciones estadounidenses crecían, las importaciones totales de Cuba se contraían drásticamente. Entre 2022 y 2025, las compras al exterior de la isla cayeron un 37 %, afectadas por la crisis de divisas y la reducción del comercio con socios tradicionales como Venezuela. En este contexto de contracción general, la participación de los Estados Unidos en las importaciones cubanas se ha multiplicado. Pasó del 3.9 % en 2021 al 13.1 % estimado en 2025. Es decir, mientras el pastel total se achicaba, el pedazo correspondiente a los Estados Unidos creció significativamente.

Un dato sorprendente: en 2024, los Estados Unidos reportaron exportaciones a Cuba por US \$585.2 millones. Cuba, por su parte, reportó importaciones desde los Estados Unidos por solo US \$51.7 millones. La brecha: US \$533.5 millones.

Esta discrepancia no es un error estadístico. Es, en sí misma, la evidencia más contundente de la interconexión invisible. Los productos estadounidenses llegan a Cuba por tres vías que la estadística comercial tradicional no captura: reexportaciones a través de terceros países (Panamá, México, España); donaciones y envíos familiares, que no clasifican como importaciones comerciales; y abastecimiento directo al sector privado, que opera por canales no formales.

El análisis de la relación entre ambas variables revela un patrón contraintuitivo: cuando las importaciones totales de Cuba caen, las exportaciones de los Estados Unidos suben. Entre 2021 y 2025, mientras Cuba

contrajo sus importaciones totales un 37%, las exportaciones desde los Estados Unidos crecieron un 148%.

El comercio bilateral ha operado como un canal anticíclico, resistente a la crisis de divisas que ha afectado a otros proveedores. La explicación más plausible es el efecto MIPYME: el sector privado cubano, financiado en gran medida por remesas desde los Estados Unidos, ha demandado productos específicos — vehículos, equipos, insumos— que el Estado cubano no importa en cantidades significativas. Esto ha creado un canal de importación paralelo que no depende de las divisas públicas.

La interconexión invisible

Las remesas desde los Estados Unidos son un combustible importante de la economía cubana. No solo sostienen el consumo familiar, sino que se han convertido un gran motor de inversión del sector privado. Funcionan como capital semilla para la creación de nuevas mipymes, como financiamiento de capital de trabajo para negocios en operación, y como préstamos entre familiares y amigos que impulsan emprendimientos.

Pero además, las remesas alimentan el poder de compra de los cubanos residentes en la isla, quienes de manera creciente adquieren sus productos básicos en el sector privado —ya sea en la red de comercio minorista o a través de las plataformas de comercio online— generando un ciclo que sostiene al ecosistema empresarial cubano.

Un actor clave en este ecosistema son las agencias de remesas y paquetería que operan en Florida y otras partes de los Estados Unidos. Estas empresas, muchas de ellas fundadas por cubanoamericanos, han evolucionado significativamente en los últimos años.

Lo que comenzó como simples servicios de envío de dinero y paquetes a través de «mulas» se ha transformado en operaciones logísticas complejas que utilizan transporte aéreo y marítimo, ofreciendo una gama cada vez más amplia de productos. Un estudio preliminar de su oferta es la mejor forma de entender cuáles son los productos de mayor demanda en Cuba.

Las agencias más exitosas han mutado para comercializar desde alimentos hasta baterías, plantas eléctricas, motos y bicicletas eléctricas, siendo las que más rápido reaccionan a los cambios en la demanda de la isla.

Además, muchas han montado sistemas para realizar compras en plataformas como Amazon, Shein y Temu con entregas garantizadas en Cuba. Estas agencias se han aliado con mipymes locales o han creado sus propias empresas en la isla para los servicios de última milla, asegurando que los productos lleguen al destinatario final sin contratiempos.

El sur de Florida es el epicentro logístico del comercio entre los Estados Unidos y Cuba. En 2023, Crowley Maritime, la única naviera que transporta mercancía a Cuba desde los Estados Unidos, reveló en un encuentro con empresarios privados en La Habana que estaban enviando más de 300 contenedores semanales a Mariel desde tres puertos: Fort Lauderdale, Carolina del Norte y Jacksonville, tanto de 20 como de 40 pies.

No es un dato menor. Detrás de cada contenedor hay una cadena que comienza con un proveedor en Miami o en el sureste de los Estados Unidos, un consolidador que agrupa productos de múltiples exportadores, un agente de carga que gestiona la documentación bajo licencias OFAC, y un receptor en Cuba —cada vez más, una MIPYME— que distribuye los productos en la isla.

Ese volumen semanal permite dimensionar la magnitud del flujo logístico que alimenta al sector privado cubano. En 2023, las exportaciones totales de los Estados Unidos a Cuba alcanzaron los US\$404 millones, de las cuales una parte significativa se destinó al sector privado cubano.

Si cada contenedor transporta, en promedio, mercancías por un valor de entre US\$30,000 y US\$50,000 (dependiendo del tipo de producto y la consolidación), los más de 300 contenedores semanales representarían un flujo mensual de entre US \$3.6 y US \$6 millones, y un flujo anual de entre US \$43 y US \$72 millones solo a través de esta naviera.

Un desarrollador de *software* en La Habana puede trabajar para una startup tecnológica en Miami sin pisar suelo estadounidense. Un diseñador gráfico cubano puede crear *branding* para una empresa de bienes raíces en Orlando. Todos ellos operan a través de plataformas globales, facturan a través de terceros países o reciben pagos mediante intermediarios. La tecnología ha desmaterializado la frontera.

En ausencia de presencia oficial de cadenas estadounidenses, emprendedores cubanos han creado negocios privados inspirados en marcas icónicas. Starcafé (inspirado en Starbucks), Burger Queen (inspirado en Burger King) y establecimientos al estilo KFC han surgido en La Habana desde 2023,

evidenciando la demanda latente por marcas globales y la capacidad del emprendimiento cubano para adaptarlas.

Pero más allá de las adaptaciones, hay marcas estadounidenses con presencia real en el mercado cubano a través de los canales de importación. Ecoflow (baterías y generadores portátiles), Colgate (productos de higiene), Ford, Dodge y General Motors (vehículos y autopartes), Coca Cola y Pepsi Cola (bebidas), Pilgrims Pride y Koch Foods (carne de pollo), Kellogg's (cereales y snacks), Goya (alimentos enlatados y procesados), Café La Llave (café) y Hershey's (confitería) son solo algunas de las empresas cuyos productos se encuentran con regularidad en tiendas, restaurantes y hogares cubanos, abasteciendo tanto al sector privado como al consumo familiar.

El *marketing* de la interconexión: cómo las empresas en Miami se abren paso en Cuba

Para llegar a los consumidores cubanos —dentro y fuera de la isla— las empresas con sede en Florida han desplegado una sofisticada estrategia de *marketing* digital que pocos observan, pero que está presente en el día a día de millones de cubanos. Las redes sociales de mayor presencia entre los cubanos —Facebook, Instagram, WhatsApp — se han convertido en el principal escaparate de estas empresas.

No es solo publicidad convencional. Las agencias de envíos, las importadoras de alimentos, los vendedores de vehículos y baterías, las plataformas de delivery, han desarrollado campañas segmentadas, contenido en video, testimonios de clientes y, sobre todo, una estrategia que muchas veces pasa desapercibida: la contratación de influencers que viven en Cuba o fuera de ella pero que fueron figuras reconocidas en el mundo artístico, televisivo o deportivo cubano.

Un actor o actriz que años atrás protagonizaba telenovelas en la televisión cubana, un músico con décadas de carrera, un exdeportista de alto rendimiento, hoy pueden aparecer promocionando una agencia de paquetería, una marca de baterías o un servicio de envío desde Miami. Su credibilidad, su reconocimiento y su arraigo en la comunidad cubana —dentro y fuera de la isla— los convierten en el vehículo perfecto para transmitir confianza en un mercado donde la confianza es el principal activo.

Esta estrategia no es un detalle menor. Revela que el mercado cubano ya no se aborda con la informalidad del pasado.

Las empresas que apuntan a Cuba —desde las grandes marcas hasta las pequeñas agencias de envíos— han profesionalizado su comunicación, conocen a su audiencia y utilizan las herramientas del *marketing* moderno para conectar con sus clientes potenciales. Es otro indicador, quizás menos visible que los contenedores en Mariel, de que la interconexión económica entre Miami y La Habana no solo existe, sino que se profundiza y se sofisticada.

Lo que se exporta: una mirada a los productos que llegan a Cuba

El análisis detallado de las exportaciones de los Estados Unidos a Cuba en 2025 revela qué productos están abasteciendo al sector privado cubano. De los US \$810.8 millones exportados, las principales familias de productos se distribuyen de la siguiente manera:

Familia de Productos	Valor 2025	% del Total
Vehículos y partes	US\$152.9 M	18.9%
Alimentos procesados y bebidas	US\$152.0 M	18.8%
Donaciones humanitarias	US\$147.0 M	18.1%
Productos agrícolas (carne, granos)	US\$123.0 M	15.2%
Materiales de construcción	US\$48.0 M	5.9%
Equipos eléctricos, baterías y generadores	US\$37.0 M	4.6%
Equipos industriales y maquinaria	US\$35.0 M	4.3%
Otras manufacturas	US\$115.9 M	14.2%

Fuente: Basado en datos del US Census Bureau.

El dato más revelador de esta tabla es el peso de vehículos y partes (18.9%) junto con alimentos procesados y bebidas (18.8%). Juntos representan más de un tercio de todo lo que los Estados Unidos exportan a Cuba. No es casualidad: son exactamente los dos insumos críticos que necesita un sector privado en expansión dedicado al transporte (taxis, delivery, carga) y a la comercio/gastronomía (tiendas, restaurantes, cafeterías, servicios de catering).

Dentro de los productos agrícolas, la carne de pollo (US\$65 millones) y la carne de cerdo (US\$45 millones) concentran el 90% de esta categoría, confirmando que Cuba depende críticamente de importaciones de proteína animal desde los Estados Unidos para abastecer tanto al sector estatal como al privado. Empresas como Pilgrims Pride y Koch Foods son proveedores clave en este segmento.

En alimentos procesados y bebidas, marcas como Coca Cola, Pepsi Cola, Kellogg's, Goya, Café La Llave y Hershey's tienen una presencia consolidada en el mercado cubano, abasteciendo tanto a la red de comercio minorista como al sector gastronómico privado.

Finalmente, los equipos eléctricos, baterías y generadores (US\$37 millones) han emergido como una categoría estratégica. La crisis energética que afecta a Cuba desde 2024 ha convertido a estos productos en insumos críticos para el funcionamiento de mipymes y hogares cubanos. Ecoflow, con sus baterías portátiles y generadores solares, se ha posicionado como una de las marcas más demandadas en este nicho, junto a otras empresas cubanoamericanas que han desarrollado expertise en el abastecimiento de soluciones energéticas.

El nuevo marco: inversión de la diáspora y oportunidades reales

El contexto descrito hasta aquí —una interconexión económica que ya funciona en los hechos— se ha visto reforzado por un anuncio histórico del gobierno cubano en marzo de 2026. El viceprimer ministro Oscar Pérez-Oliva Fraga confirmó que los cubanos residentes en el exterior podrán invertir directamente en el sector privado de la Isla, abriendo tres vías concretas: ser socio de una mipyme de nueva creación, incorporarse como socio a una mipyme ya existente, o participar en modalidades de inversión extranjera junto a empresas privadas cubanas.

Este cambio no llega en vacío. Llega en medio de la peor crisis energética que ha enfrentado Cuba en décadas, con apagones que paralizan la economía. Abrir la puerta a la inversión de los cubanoamericanos es un reconocimiento de que el país necesita movilizar todos los recursos disponibles para enfrentar la tormenta. La diáspora tiene capital, experiencia internacional, redes y, en muchos casos, el deseo de contribuir.

Pero el anuncio, aunque histórico, enfrenta obstáculos que vienen de lejos. La lentitud en la aprobación de mipymes, el desorden bancario y cambiario agravado por la crisis energética, la falta de confianza en el marco regulatorio y, sobre todo, el peso de las sanciones de los Estados Unidos que afectan especialmente a los cubanoamericanos con ciudadanía estadounidense. Para este perfil de inversionista, cualquier operación debe analizarse con lupa para no violar las regulaciones de la OFAC.

A esto se suma un desafío práctico elemental: ¿cómo se encuentran quienes buscan inversión y quienes ofrecen capital? Hoy no existe un mercado visible donde oferta y demanda puedan encontrarse con transparencia. Ahí es donde AUGE ha venido jugando un rol: tender puentes con criterio, evaluar proyectos, estructurar acuerdos y construir relaciones de confianza entre empresarios cubanos y cubanoamericanos interesados en invertir.

Seis sectores donde la conexión es más fuerte

La presencia cubanoamericana en la economía cubana se concentra en sectores específicos donde el conocimiento del terreno, las redes familiares y la capacidad logística desde Miami generan ventajas comparativas.

- *Productos básicos para el consumo masivo*: Alimentos procesados, productos de limpieza, artículos de higiene —lo que se vende todos los días— llegan a través de empresas con sede en Miami que han desarrollado cadenas especializadas de abastecimiento.
- *Baterías y equipos para la crisis energética*: La crisis eléctrica que afecta a Cuba desde 2024 ha convertido a Miami en el principal punto de abastecimiento de baterías, inversores, paneles solares y generadores para familias y mipymes.
- *Medios de transporte*: US\$149 millones solo en vehículos exportados al sector privado cubano en 2025. Empresas cubanoamericanas manejan todo el proceso: compra, licencias BIS, logística y entrega.

- *Comercio mayorista*: Empresas con sede en Miami han obtenido autorizaciones del gobierno cubano para operar como representantes comerciales en la isla, formalizando un rol que antes operaba en zonas grises.
- *Comercio minorista*: A través de remesas y envíos de mercancía, familias cubanoamericanas financian tiendas de ropa, calzado y electrodomésticos operadas por sus familiares en Cuba.
- *Plataformas de comercio online y tecnología*: Aplicaciones de delivery, marketplaces y plataformas de pago desarrolladas por empresarios cubanoamericanos conectan oferta y demanda a ambos lados del estrecho, con servidores en los Estados Unidos, talento de desarrollo en Cuba y usuarios en ambos países.

Mirando hacia adelante

De mantenerse las tendencias actuales, las exportaciones estadounidenses a Cuba podrían alcanzar los US \$1,200-1,300 millones en 2028, consolidando a los Estados Unidos como uno de los principales proveedores de la isla. Un escenario optimista, con flexibilización de licencias OFAC y recuperación económica cubana, podría llevar esa cifra a los US \$2,000 millones. Un escenario pesimista, con endurecimiento de sanciones o retrocesos en las reformas cubanas, podría contraer el comercio bilateral a niveles de US \$400-500 millones anuales.

Los factores a monitorear son claros: la evolución del marco regulatorio en ambos países, la implementación de la inversión diáspora en Cuba, el flujo de remesas y la disponibilidad de divisas, y el contexto político bilateral. En particular, el impacto de la nueva ley dependerá de cómo se resuelvan los obstáculos estructurales —bancarios, regulatorios, de confianza— y de qué tan rápido se activen los mecanismos para conectar oferta y demanda de inversión.

Una realidad que exige reconocimiento

Los datos y patrones descritos en este artículo apuntan a una conclusión clara: la interconexión económica entre Cuba y los Estados Unidos a través del sector privado ya es una realidad consolidada. Opera por debajo de la polarización política, en los espacios que los marcos regulatorios de ambos países permiten —y en ocasiones, en los espacios grises que la necesidad y la creatividad han construido.

La pregunta relevante no es si esta interconexión existe, sino cómo canalizarla de manera que genere oportunidades estables para los actores involucrados: empresas estadounidenses, emprendedores cubanos, la diáspora empresarial.

En AUGE llevamos años observando y acompañando esta realidad. Porque entendemos que más allá de la polarización, hay un puente económico que ya está funcionando y que merece ser reconocido.

¹ [Publicado originalmente en AUGE](#), abril de 2026. Agradecemos al autor la autorización expresa para reproducirlo.