

ES HORA DE HACER NEGOCIOS

negolution

April
ABRIL

SITUACIÓN DE
LOS NEGOCIOS
ANTE LA
COVID 19

1

22
ISSUE

Business situation with COVID 19

ISSUE

22

SUMARIO CONTENTS

deUS
EXPERTOS CONTABLES



20

SPECIAL ISSUE

CASO DE ÉXITO / SUCCESS STORY

08 Amarillo B&B, el hostal al que todos quieren volver
Amarillo B&B: The hostel everyone wants to visit again

16 ¿Por qué es tan popular el Monopoly?
Why is Monopoly so popular?

34 LA COLUMNA / THE COLUMN

Ganar dinero con FIFA20, otra manera de vivir
Making money with FIFA20: A different lifestyle

38 EMPREDIMIENTO SOCIAL / SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

El beneficio social, una de las premisas de Juanky's Pan
Social responsibility: One of the premises of Juanky's Pan

42 INBEST

Los millones del tabaco
The multi-million sums surrounding tobacco

48 EMPRENDEMIENTOS EN LA RED / ONLINE ENTREPRENEURSHIP

En tiempos de crisis: ¿Qué hago desde mis redes sociales?
In times of crisis: What can I do on social media?

CALLE 60 #108 APTO 2 E/ 1^{RA} Y 1^{RA}, MIRAMAR, PLAYA, LA HABANA, CUBA
+537 72067848

negolution

DIRECCIÓN EJECUTIVA MARTA DEUS - RIGO GARCÍA BERRIEL DIRECTOR CREATIVO MARCO GÓMEZ EDICIÓN Y CORRECCIÓN
DE ESTILO YISEL MARTÍNEZ GESTIÓN COMERCIAL MA. KARLA VALDÉS TRADUCCIÓN CATRIONA GOSS FOTOGRAFÍA IRENE PÉREZ
- ISMAEL FRANCISCO COLABORADORES RICARDO TORRES - DNIEL SANTANA - CHARLY MORALES - LESTER UPIERRE - LEYDIS
HERNÁNDEZ - LISANDRA ANDRÉS COTS - MARÍA DEL CARMEN RAMÓN - DANAY GALLETI - CLAUDIA YILÉN
TLF: 55396607 / www.negolution.com / negolution@gmail.com / @negolution negolution



LLEGAMOS A TI CUANDO NO PUEDES LLEGAR A NOSOTROS

#QUEDATEENCASA



SERVICIO A DOMICILIO

7261 0091

Avenida 45 / 74 y 76.
Marianao

7271 8794

Avenida 23A / 202 y 212.
La Lisa

7272 3909

Calle 164 / 5ta y 1ra.
Playa

www.juankyspan.com
Facebook / Instagram: @juankyspan

Sumario

CONTENTS

APRIL

ISSUE 22

-
-
-
-

50 GREENBIZ

El mundo se cura: la necesidad de emprendimientos verdes en tiempos de coronavirus
The world recovers: The need for green enterprises in times of coronavirus

54 PITCH

Comida a domicilio, otra alternativa para no salir de casa
Home delivery: Another alternative so you can stay at home

58 MARCA DIGITAL EN CUBA DIGITAL BRANDING IN CUBA

Comunicación y responsabilidad social empresarial en tiempos de coronavirus
Corporate social responsibility and communications in times of coronavirus

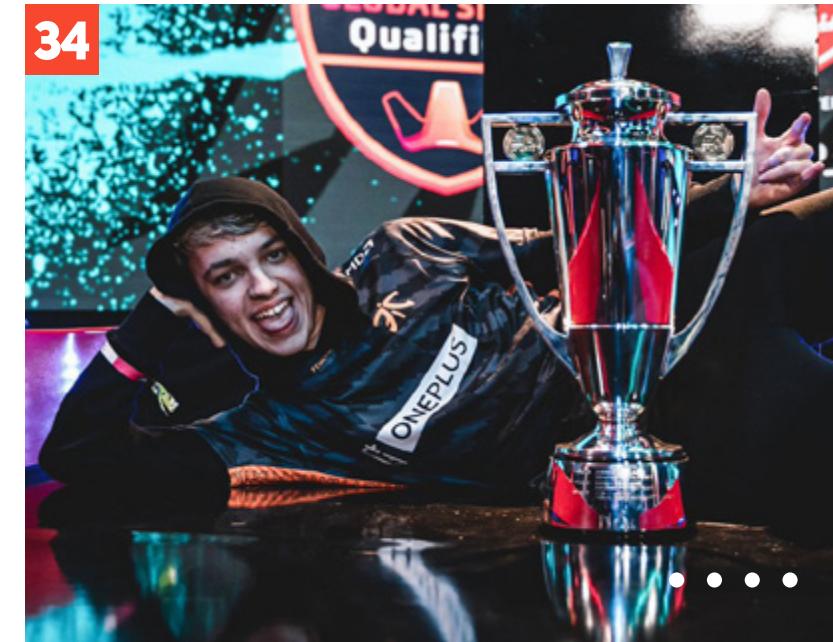
60 BIZADVICE

5 series sobre emprendimiento que puedes ver en cuarentena
Five series on entrepreneurship that you can watch under lockdown

60



34



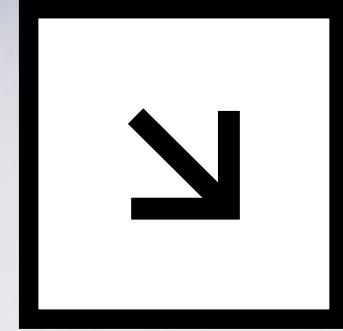
08



16



54



POR / BY: MARTA DEUS

#COVID19

#quedateencasanegolucionario

E

l último editorial que escribí fue en el mes del amor, febrero, qué mes! Hoy lo recuerdo tan lejano. Marzo creo que duró un año, fue eterno, pero abril ya va siendo otra cosa. Realmente creo que le estoy cogiendo la vuelta a esto de estar en casa. Ya voy teniendo una rutina: trabajo, estudio y hago ejercicios un día sí y otro no. A veces tengo reuniones por WhatsApp, que nunca o casi nunca, deben coincidir con el parte del doctor Durán. Escucharlo me mantiene informada, y por tanto, me da la sensación que controlo un poco mejor la situación, aunque eso no sea del todo cierto, lo siento así.

Negolucionarios nos enfrentamos a un estado de emergencia, una guerra sin bombas. Otro reto que nos pone la vida. Nosotros los emprendedores que no descansamos lidiando con limitaciones, barreras, problemas, impuestos, pues llegó la COVID-19 para hacernos super héroes, pero de verdad! He visto y sigo viendo como colegas han tenido que cerrar sus negocios, no saben la tristeza que me da!, sobre todo sabiendo lo mucho que nos cuesta no solo abrir un establecimiento, sino lograr una clientela y posicionarnos. Todos con gran responsabilidad por sus trabajadores y familia han tomado las medidas necesarias.

También he visto los que han decidido, porque han tenido la oportunidad, de mantenerse abiertos y luchando, con miles de problemas y riesgos; y enfrentando la escasez de suministros que nos golpea. Muchos, personas que se han ido preparando por meses para un "por si acaso" y aquí llegó. Con emoción miro todas esas personas que siguen adelante, que hacen que al menos algo funcione, también nuestros funcionarios, policías, científicos... pero sobre todo, el personal trabajador de la salud, que con valentía enfrentan esta pandemia mundial y nos cuidan a todos. Gracias!!!

En este número les contamos cómo los emprendedores están enfrentando esta pandemia, su situación actual y la brújula de un posible "hacia dónde vamos". Historias como la Juankys están en este número, amigo de Negolution desde hace mucho tiempo, que no deja de apoyar con su proyecto a varios gobiernos municipales. Hablamos de comida a domicilio, un servicio que se ha revolucionado, y que ante la imposibilidad de que las personas salgan de sus casas han hecho que sea de las pocas empresas que crecen a niveles tremendos a lo largo del mundo.

Negolucionarios, suena a lo mismo, pero les digo que funciona, estudien 20 minutos, hagan ejercicios al menos 30 minutos, lean si pueden, no paren de trabajar, tampoco coman demasiado. Verán que si aguantan una semana, se hará rutina y pasarán estos días con muchísima más calidad de vida. #quedateencasanegolucionario

ENG

The last editorial I wrote was in the month of love, February, what a month! Today, it seems so far back. I think March lasted a year, it was eternal, but April is already something else. I really think I'm getting the hang of this staying at home thing. I already have a routine: I work, study and do exercises every other day. Sometimes I have WhatsApp meetings, which never or almost never, coincide with Dr. Durán's daily update on the situation in the country. Listening to it keeps me informed, and therefore, helps me feel that I have a little more control over the situation. Even if not entirely true, it's how I feel.

Negolutionaries, we face a state of emergency, a war without bombs. Another challenge that life poses us. As entrepreneurs, we do not tire of dealing with limitations, barriers, problems, taxes, and now COVID-19 has arrived to make us super heroes, really! I have seen and continue to see how colleagues have had to close their businesses, and you can't imagine how sad that makes me! Especially knowing how much it costs not only to open an establishment, but to secure a clientele and position ourselves. All, showing great responsibility for their workers and families, have taken the necessary measures.

I have also seen those who have decided, because they have the opportunity, to stay open and fight, with thousands of problems and risks; and facing the shortage of supplies that we suffer. Many people have been preparing for months for a "just in case" scenario, and here it is. With enthusiasm, I look at all those people who keep going, who make at least something work. Also our officials, police officers, scientists... but above all, the health workers who bravely face this pandemic and take care of all of us. Thank you!!!

In this issue, we tell you how entrepreneurs are facing this pandemic, their current situation and offer a possible idea of "where are we heading." Stories like that of Juanky, a long-time friend of Negolution, who continues to support various municipal governments with his project. We talk about home food deliveries, a service that has been revolutionized and which, given the impossibility of people leaving their homes, has become one of the few sectors that is in constant growth throughout the world.

Negolucionarios, it all sounds the same, but I tell you it works - study 20 minutes, do exercise for at least 30 minutes, read if you can, don't stop working, don't eat too much. You will see that if you manage this for a week, it will become a routine, and you will spend this time with a much better quality of life. #StayAtHome-Negolutionary



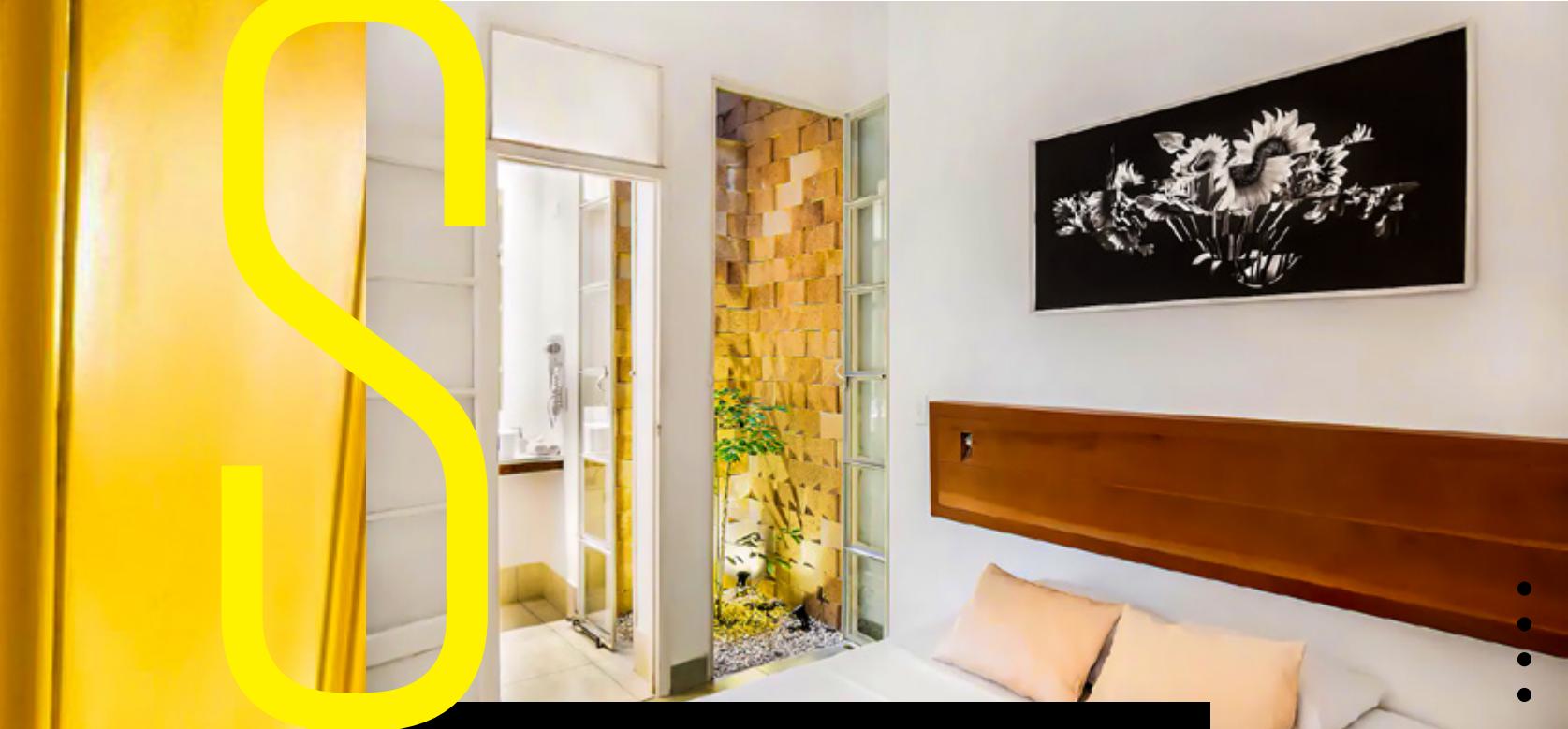
ENG

Undoubtedly, some of the private ventures that have seen the best results in Cuba have been those related to hospitality. Amarillo B&B is one of the examples of this success, showing that a job well done will always offer positive results.

Saily González Velázquez is the owner of Amarillo B&B, the

“EL LUGAR SE CARACTERIZA FUNDAMENTALMENTE POR EL BUEN GUSTO EN LA DECORACIÓN”

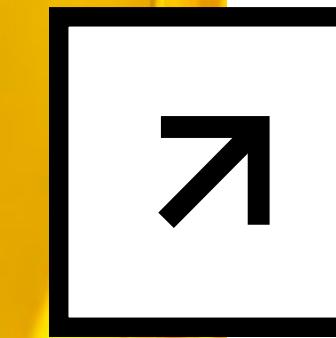
“THE PLACE IS ESSENTIALLY CHARACTERIZED BY THE GOOD TASTE IN THE DECORATION”



POR / BY: LEIDYS HERNÁNDEZ LIMA

AMARILLO B&B, EL HOSTAL AL QUE TODOS QUIEREN VOLVER

Amarillo B&B: The hostel everyone wants to visit again



Sin lugar a dudas algunos de los emprendimientos privados que mayores resultados han tenido en Cuba han sido los relacionados con la hostelería. Amarillo B&B es uno de esos ejemplos exitosos que demuestran que cuando se trabaja bien los resultados siempre serán positivos.

Saily González Velázquez es la dueña de Amarillo B&B, el hostal radicado justo en la calle Lorda No. 58 entre Independencia y Martí, en Santa Clara. Desde finales

del 2015 este negocio abrió sus puertas, siempre con la perspectiva de marcar la diferencia.

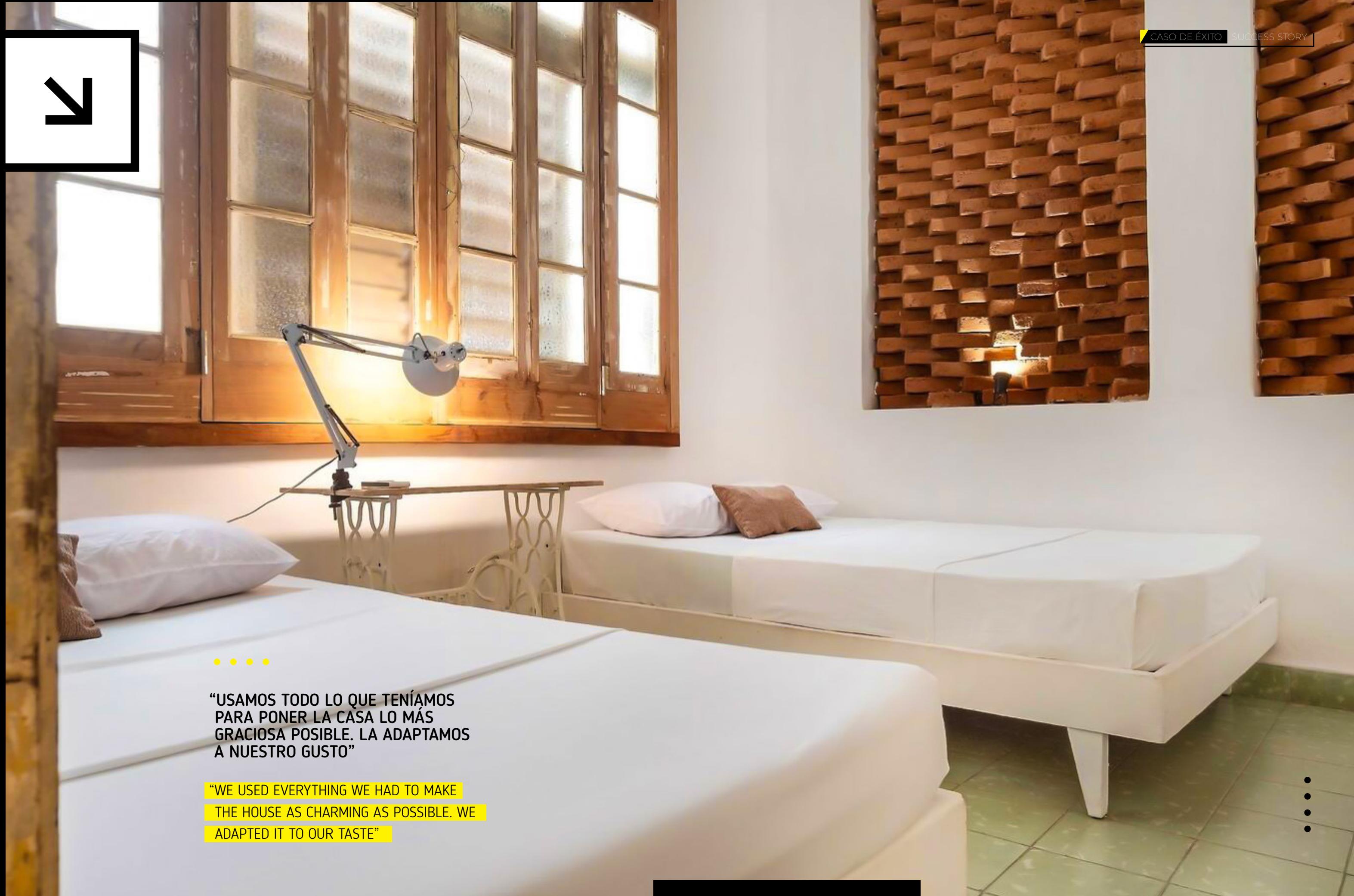
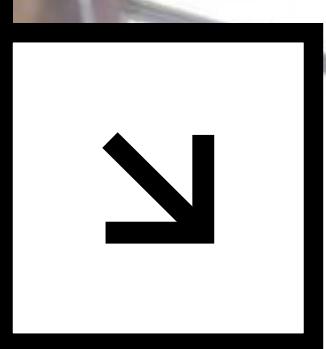
Los clientes que se han beneficiado de los servicios de este hostal coinciden en un mismo criterio: “el lugar se caracteriza fundamentalmente por el buen gusto en la decoración y la limpieza que se percibe al entrar, además del buen trato que ofrece el personal que ahí trabaja”.

Justo esa era la intención de Saily cuando decidió

hostel located at No. 58, Lorda Street, between Independencia and Martí streets, in Santa Clara. This business opened its doors at the end of 2015, with a clear vision to stand out from the rest.

The guests who have benefited from the services of this hostel agree: “The place is essentially characterized by the good taste in the decoration and cleanliness that is apparent upon entering, in addition to the great service offered by the staff.”

This was exactly Saily’s intention when she decided to



• • •

**"USAMOS TODO LO QUE TENÍAMOS
PARA PONER LA CASA LO MÁS
GRACIOSA POSIBLE. LA ADAPTAMOS
A NUESTRO GUSTO"**

**"WE USED EVERYTHING WE HAD TO MAKE
THE HOUSE AS CHARMING AS POSSIBLE. WE
ADAPTED IT TO OUR TASTE"**



- emprender: “Quería hacer algo que me gustara, que no tuviera nada que ver con lo colonial, que fuera novedoso, por eso aposté por el reciclaje. Usamos todo lo que teníamos para poner la casa lo más graciosa posible. La adaptamos a nuestro gusto”.

“Actualmente en el hostal trabajan siete personas, dos muchachas que se encargan de la limpieza de la casa, tres muchachos que se ocupan de recibir a los huéspedes, mi pareja que se ocupa del diseño y del mantenimiento, y yo que me ocupo de la atención al cliente y el marketing”.

Esta joven emprendedora dice sentir una gran responsabilidad con sus trabajadores al ofrecerles un salario digno. “Hay que actuar en consecuencia, no se puede pensar que el trabajador cubano promedio cobra un estándar de 750 pesos al mes porque eso no da para vivir, y para nosotros es fundamental poder

buen tino y ante la pandemia provocada por la COVID-19, ha eximido del pago de impuestos a los trabajadores del sector no estatal.

Esa decisión gubernamental fue bien recibida por Saily, quien agradece no tener que pagar en este tiempo su crédito bancario, ya que la suma no es nada despreciable, pues para empezar su negocio tuvo que auxiliarse de las bondades del banco y aún está pagando el préstamo.

Amarillo B&B estuvo recibiendo extranjeros hasta que estuvieron entrando visitantes al país porque ya las reservaciones estaba hechas. Como medida sanitaria ante la COVID-19, lo primero que hicieron fue agudizar la limpieza con cloro y garantizar el uso de nasobucos a todo el personal de trabajo. Pero la situación empeoró y se tuvo que cerrar el hostal.

Sin embargo, Saily garantizó el salario del mes de marzo y abril a sus

“AMARILLO B&B ESTUVO RECIBIENDO EXTRANJEROS HASTA QUE ESTUVIERON ENTRANDO VISITANTES AL PAÍS PORQUE YA LAS RESERVACIONES ESTABA HECHAS”

**“AMARILLO B&B WAS RECEIVING FOREIGN GUESTS
RIGHT UP UNTIL THEY STOPPED ARRIVING
DUE TO THE PANDEMIC”**

garantizar un salario digno que les permita vivir decentemente”.

Justo una de las características de Amarillo B&B es la responsabilidad, no solo con el personal que trabaja en el hostal, también con las instituciones estatales.

“La responsabilidad fiscal creo que es perfectamente cumplible, -dice Saily- pero podría serlo más si las cuestiones fiscales fueran un poco más aterrizadas a la realidad de los trabajadores del sector del turismo”, agrega.

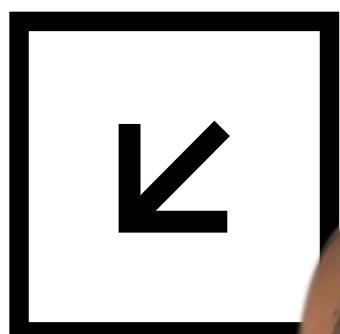
Sin embargo, en tiempos de crisis el Estado cubano ha actuado con

“You have to act accordingly, you cannot think that the average Cuban worker earns a standard 750 pesos a month because that is not enough to live on, and for us it is essential to be able to guarantee a living wage that allows them to live decently.”

Responsibility is precisely one of the characteristics that marks Amarillo B&B, not only with the staff who work in the hostel, but also with state institutions.

“I think meeting tax responsibilities is perfectly possible,” Saily notes, “but they could be more so if tax issues were a little more grounded in the reality of tourism sector workers,” she adds.

However, in times of crisis the Cuban State has acted wisely, and in the face of the pandemic



• • •





“LOS EMPRENDEDORES CUBANOS ESTÁN APRENDIENDO MUCHÍSIMO”

“CUBAN ENTREPRENEURS ARE LEARNING A LOT”

caused by COVID-19, it has exempted non-state sector workers from paying taxes.

That government decision was well received by Saily, who appreciates not having to pay off her bank credit at this time, since the amount is considerable. She took advantage of the credit possibilities offered to start her business and is still paying off the loan.

Amarillo B&B was receiving foreign guests right up until they stopped arriving due to the pandemic. As a sanitary measure in the face of COVID-19, the first measure taken was to boost the cleaning of the site with chlorine and guarantee the use of facemasks for all staff. But as the situation worsened, the hostel had to be closed.

However, Saily guaranteed wages for the months of March and April for her workers, for her the fairest way to help them in the face of the pandemic. “In March, we calculated an average of what we had earned in the high season, including that month, and in April we paid 60 percent of that salary,” she explained.

The experience of this Villa Clara resident was consolidated in 2016,

when she participated in a massive meeting for young entrepreneurs from across Latin America in the United States; a program sponsored by the Obama Foundation and the U.S. State Department.

I have to confess that on that occasion I learned a lot, but now there are many people talking about entrepreneurship in Cuba and I can assure you that they know a lot, they are at the level of the people I met and admired in that program.”

Cuban entrepreneurs are learning a lot. My mission is also to support and help the development of entrepreneurship in Cuba. I have made a lot of links with colleagues from Havana and Villa Clara.”

Saily, who is a natural entrepreneur, also heads another business: FullGao. With this new job, she has managed to associate several hostels in his province and others in the rest of the country. She has put her knowledge to creating other businesses and has awarded online marketing the place it deserves today in the Cuban entrepreneurship ecosystem.

trabajadores, para ella la forma más justa de ayudarlos ante la pandemia. “En marzo calculamos una media de lo que habíamos cobrado en la temporada alta, incluyendo ese mes, y en abril pagamos un 60 por ciento de ese salario”, explicó la dueña.

La experiencia de esta villaclareña se consolidó en 2016, cuando participó de un encuentro masivo para jóvenes emprendedores de toda Latinoamérica en Estados Unidos; un programa auspiciado por la fundación Obama y el Departamento de Estado de ese país.

“Tengo que confesar que en esa oportunidad aprendí muchísimo, pero ahora ya hay mucha gente hablando sobre tema del emprendimiento en Cuba y puedo asegurar que saben mucho, están al nivel de la gente que conocí y admiraba en ese programa”.

“Los emprendedores cubanos están aprendiendo muchísimo. Mi misión también es apoyar y ayudar al desarrollo del emprendimiento en Cuba. Me he vinculado mucho con colegas de La Habana y de Villa Clara”.

Saily, quien es una emprendedora natural, también encabeza otro negocio: FullGao. Con este nuevo trabajo ha logrado asociar a varios hostales de su provincia y otros del resto del país. Ha puesto su conocimiento en función de levantar otros negocios y le ha dado al marketing online el lugar que hoy se merece en el ecosistema de emprendimiento en Cuba.

"EN TIEMPOS DE CUARENTENA Y AISLAMIENTO SOCIAL SON MUCHOS QUIENES OPTAN POR DESEMPOLVAR VIEJOS JUEGOS DE MESA, Y SI DE OCUPAR EL TIEMPO SE TRATA, EL MONOPOLY LLEVA TODA LA VENTAJA: LARGO, ENTRETENIDO Y COMPETITIVO."

"IN TIMES OF QUARANTINE AND SOCIAL ISOLATION, MANY HAVE DUSTED OFF THEIR OLD BOARD GAMES. MONOPOLY OFFERS AN ADVANTAGE OVER OTHERS: A LONG, ENTERTAINING AND COMPETITIVE GAME"

ENG

Monopoly is one of the most popular board games in the world. Its system of rent, buildings, mortgages and auctions reflects the capitalist economy. However, few are aware that it was created to raise awareness about the inequalities that this system creates. The Monopoly logo is a banker, evoking many an afternoon spent round a table with paper money at hand, property cards and counters that represent houses or hotels. The youngest players learn about the complex world of finance, while adults can put their commercial skills

into practice, with no greater risk than losing some paper money. But what makes this game so attractive? The high competitiveness between players. The winner is the player who manages to bankrupt the rest, strategically buying up properties or energy and logistics infrastructure in an imaginary city, and charging rent. Players face the bank, tax and rent payments, and even jail.

And although each player must make use of their inner capitalist in order to win, the origins of the game had precisely the opposite motive: to raise awareness about the inequality of a system in which wealth is concentrated in a few hands.

Although the game is usually attributed to Charles Darrow, an engineer left unemployed after the Great Depression of the 1930s, its origins date back decades before, specifically to 1902, when Elizabeth Magie Phillips created the first version: *The Landlord's Game*.



El Monopoly es uno de los juegos de mesa más populares del mundo. Su sistema de alquileres, construcciones, hipotecas y subastas se asemeja al funcionamiento de una economía capitalista. Sin embargo, pocos conocen que fue creado para concientizar sobre las desigualdades que genera.

Su logotipo con la imagen de un banquero, evoca a muchas tardes alrededor de un tablero con billetes de papel, tarjetas con títulos de propiedad y fichas que representan casas u hoteles. Los participantes más chicos tienen un acercamiento al complejo mundo de las finanzas y los adultos pueden poner en práctica sus habilidades comerciales, sin más riesgo que perder un manojo de papeles.

Pero, ¿qué hace a este juego tan atractivo? Pues el alto nivel de competencia que genera entre los participantes. Gana quien logra llevar a los contrincantes a la quiebra, comprando estratégicamente propiedades o infraestructuras energéticas y logísticas de una ciudad imaginaria y cobrando rentas por su usufructo. Los jugadores se ven enfrentados a la banca, el pago de impuestos y alquileres, e incluso la cárcel.

Y aunque en cada partida cada uno debe sacar su capitalista más feroz si no quiere ser derrotado, el origen del juego de mesa pretende todo lo contrario: generar conciencia sobre los desequilibrios de un sistema en el que pocas manos concentran la riqueza.

Aunque tradicionalmente se adjudica la autoría del tablero a





Charles Darrow, un ingeniero desempleado tras la Gran Depresión de la década de 1930, sus antecedentes se remontan a varias décadas antes, específicamente al año 1902 cuando Elizabeth Magie Phillips creó su primera versión: The Landlord's Game.

El objetivo del juego de Magie era mostrar las diferencias entre ambos modelos económicos. Magie logró patentar su invento en 1905, y muchos años después, en 1936, la empresa impresora de juegos Parker Brothers ofreció comprarle la patente por 500 dólares, a lo que ella accedió.

El juego gozó de gran éxito, y fue modificando sus reglas en Estados Unidos, por distintas comunidades de jugadores, hasta que finalmente Charles Darrow pulió una versión a gusto de todos y vendió la patente como propia, a la compañía Parker Brothers, que lo comercializó con su actual nombre, Monopoly.

Darrow, quien había conocido el juego de Magie en 1924, patentó asimismo una versión muy modificada que incluía la palabra Monopoly en el centro. Alcanzó una gran popularidad al instante y vendió millones de copias. Sin embargo, cuando Parker Brothers le compró la patente, la compra incluyó pagos por derecho de autor, por lo que a diferencia de Magie, Darrow se hizo millonario.

A más de 100 años de su invención, este juego de mesa sigue captando el interés de toda la familia, pero hoy encarna un espíritu contrario al que impulsó su creación. El debate que la inventora del juego quiso crear, enseñando con una herramienta de entretenimiento la diferencia entre un modelo económico y otro, no llegó a generarse, ya que los jugadores prefirieron, con el tiempo, jugar a derrotar al contrario.

• • •

The aim of the game was to demonstrate the differences between both economic models. Magie patented her invention in 1905, and years later, in 1936, the Parker Brothers toy and games manufacturer bought the patent for 500 dollars.

The game was a big hit, and its rules were modified in the United States by different communities of players, until finally Charles Darrow polished his version to the tastes of all and sold the patent as his own to Parker Brothers, which marketed it with its current name, Monopoly.

Darrow, who had come across Magie's game in 1924, thus patented a very different version that included the word Monopoly in the center of the board. The game was instantly popular and sold millions of copies. However, when Parker Brothers bought the patent, the sale included royalties, meaning that unlike Magie, Darrow became a millionaire.

Over 100 years since its invention, this board game continues to be enjoyed by families, but today its intentions are opposed to its origins. The debate that the original inventor of the game intended to spark, by teaching the difference between one economic system and another through this form of entertainment, didn't last, as over time, players preferred to beat their rivals.

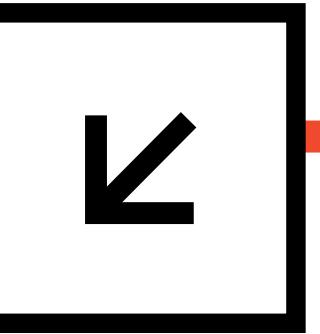
•
•
•
•



ARTPRINT
INPRIME TUS IDEAS

CALLE 9NA NO. 4203
E/ 42 Y 44 PLAYA
(53) 7 203 81 23

artprintcu@gmail.com



RIESGOS ECONÓMICOS Y SOLUCIONES DE EMPRENDIMIENTOS EN UNA CUBA CON CORONAVIRUS

SPECIAL ISSUE

Economic
risks and
enterprising
solutions in
Cuba faced
with the
coronavirus

19

POR / BY: LESTER UPIERRE RODRÍGUEZ



LAS PÉRDIDAS ECONÓMICAS GLOBALES A GENERARSE POR EL BROTE PANDEMICO, PODRÍAN LLEGAR HASTA LOS 347 MIL MILLONES DE DÓLARES, POR LA CAÍDA DEL TURISMO Y LAS CONSECUENCIAS NEGATIVAS EN EL SUMINISTRO DE LOS SISTEMAS SANITARIOS

THE GLOBAL ECONOMIC LOSSES SPARKED BY THE PANDEMIC COULD REACH UP TO 347 BILLION DOLLARS, DUE TO THE FALL IN TOURISM AND THE NEGATIVE CONSEQUENCES ON THE SUPPLY OF HEALTH SERVICES

ENG

As soon as the shock wave of the novel coronavirus pandemic spread to the most industrialized countries of Europe and America, the immediate concern, beyond health, was the new way of working imposed on the labor force and the impact that social isolation policies would have on markets, employment and the economy as we know it.

Although a rapid economic recovery could occur due to social factors associated with the age of the least affected by the virus, as some forecasts indicate falls in GDP of no more than one percentage point in several large economies, a global slowdown is the most likely outcome, affecting small and medium-sized companies, coupled with greater suffering in less developed economies.



Desde que la onda expansiva de la pandemia del nuevo coronavirus se extendió a los países más industrializados de Europa y América, una preocupación instantánea, más allá de la salud, recayó en el nuevo modo de trabajo que se imponía sobre la población laboralmente activa y la repercusión que las políticas de aislamiento social traerían sobre los mercados, el empleo y la economía tal y como la conocemos.

Aunque puede producirse una rápida recuperación económica debido a factores sociales asociados a la edad de los menos afectados y a que algunos pronósticos indican caídas del Producto Interno Bruto (PIB) no mayores a un punto porcentual en varias grandes economías, lo más probable será una desaceleración global capaz de afectar a

"REPRESENT IMPORTANT SUPPORT FOR THE THOUSANDS OF VENTURES THAT RIGHT NOW ARE COMPLETELY EXPOSED TO THE GLOBAL EPIDEMIOLOGICAL SITUATION."

pequeñas y medianas empresas, unido a un mayor sufrimiento de economías menos desarrolladas frente a las más avanzadas.

Las pérdidas económicas globales a generarse por el brote pandémico, podrían llegar hasta los 347 mil millones de dólares, por la caída del turismo y las consecuencias negativas en el suministro de los sistemas sanitarios, refleja una gráfica de Europapress.tv. A estos dos sectores también se suman los restaurantes y espectáculos, los cuales atraen a un considerable número de consumidores.

▼ Remedios locales para evitar males mayores

En cuanto el gobierno cubano notó la avalancha que se sobrevenía, asumió providencias de carácter impositivo, fiscal y financiero para paliar el efecto que la paralización de actividades traería sobre los trabajadores por cuenta propia.

Según un tweet de Oniel Díaz, fundador de la consultoría estratégica Auge, las medidas “significan un importante apoyo para los miles de emprendimientos que ahora mismo están completamente afectados por la situación epidemiológica mundial”.

Díaz consideró además esta decisión como acertada, mientras resaltó que “ver al Primer Ministro recabando cooperación del sector privado para lograr que los más de 11 mil turistas que están alojados en arrendamientos privados puedan salir de Cuba, no es un detalle menor”.

Entre las disposiciones, publicadas por Auge, que implican a los negocios particulares, se encuentran “la exención del pago de impuestos para aquellos que suspendan sus actividades por solicitud propia o por decisión gubernamental; reducción en un 50% en el pago de las cuotas mensuales en el caso de las actividades gastronómicas; autorizar a los gobiernos de los polos turísticos y sitios de alta concentración turística a reducir los montos de las cuotas mensuales; y la disminución a solo una cuota mínima en las cuentas bancarias fiscales”.

“Detener el cobro de los créditos otorgados, los cuales serán reestructurados”, se

AUGE



“SIGNIFICAN UN IMPORTANTE APOYO PARA LOS MILES DE EMPRENDIMIENTOS QUE AHORA MISMO ESTÁN COMPLETAMENTE AFECTADOS POR LA SITUACIÓN EPIDEMIOLÓGICA MUNDIAL”

The global economic losses sparked by the pandemic could reach up to 347 billion dollars, due to the fall in tourism and the negative consequences on the supply of health services, according to a graph produced by Europapress.tv. Added to these two sectors are restaurants and shows, which attract a considerable number of consumers.

▼ Local remedies to avoid greater ills

As soon as the Cuban government became aware of what was coming, it adopted tax, fiscal and financial measures to mitigate the impact on self-employed workers.

According to a tweet by Oniel Díaz, founder of the Auge strategic consultancy firm, the measures “represent important support for the thousands of ventures that right now are completely exposed to the global epidemiological situation.”

Díaz also considered the decisions adopted were correct, while stressing that “seeing the prime minister seeking cooperation from the private sector to ensure that the more than 11,000 tourists who are staying in private rentals can leave Cuba, is not a minor detail.”

Among the regulations which entail private businesses, as published by Auge, are the “exemption from paying taxes for those who suspend their activities at their own request or by government decision; 50% reduction in the payment of monthly contributions in the case of gastronomic activities; authorization for the local governments of tourist hubs and sites attracting high numbers of tourists to reduce monthly tax contributions; and the reduction to a single monthly contribution as a minimum balance in taxable bank accounts.”

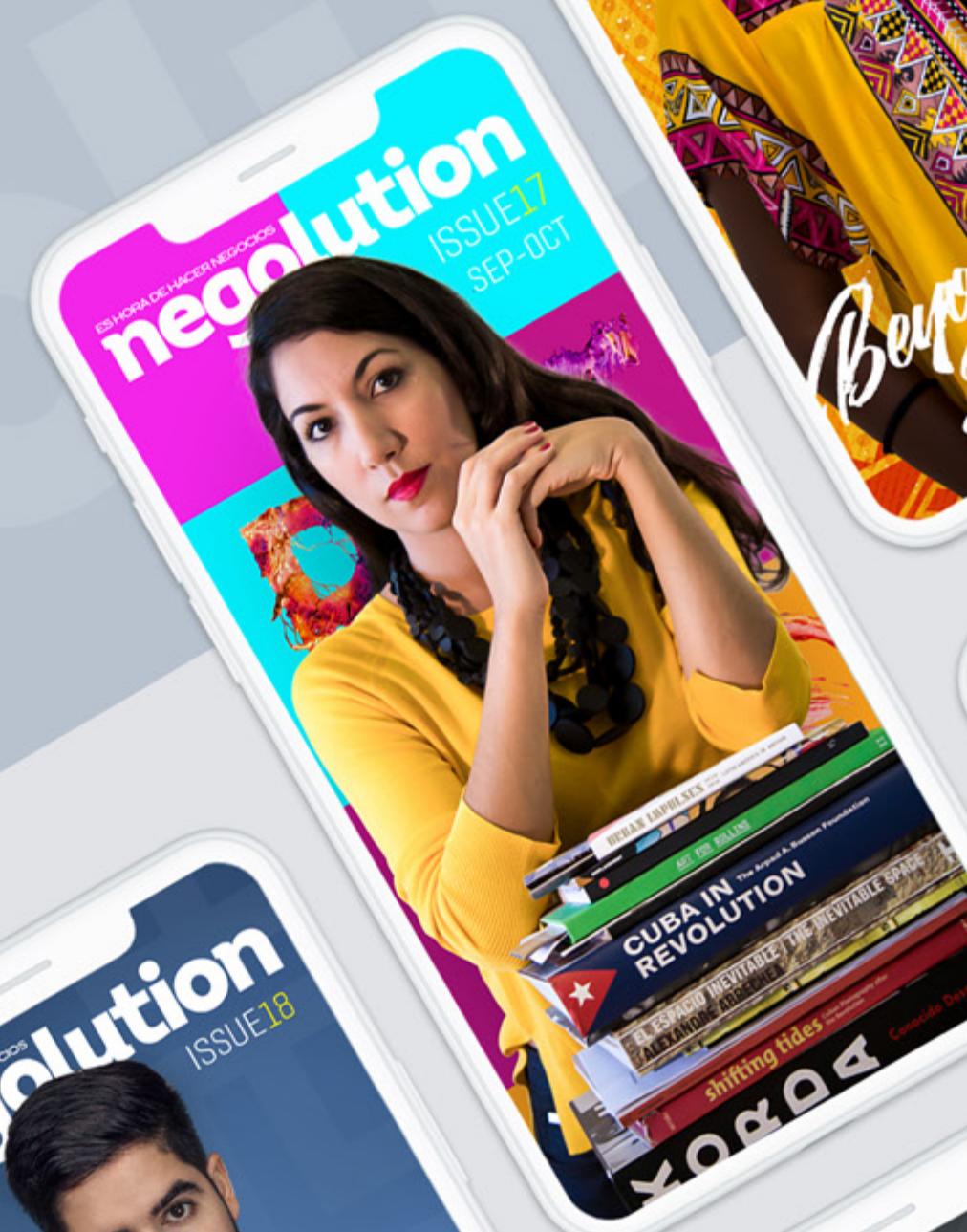
Another measure includes “Stopping debt collection on credit granted, which will be restructured,” while among the measures regarding the labor force are: “wage protection for contracted employees who continue working, which cannot be less than the country’s minimum wage; and the extension of the authorization period for designated workers who are substituting in a permanent post for someone who is outside the country and will not be able to return within three months,” according to the summary provided.

SÉ UN
Nego
lucio
nario

ES HORA DE HACER NEGOCIOS

negolution

www.negolution.com



presenta como medida crediticia, y dentro del capítulo laboral se provee "protección salarial para los trabajadores contratados que continúen laborando, la cual no podrá ser inferior al salario mínimo del país; y la extensión del plazo de autorización para los trabajadores designados que se encuentran sustituyendo a un titular que esta fuera del país y no va a

poder regresar antes de los tres meses", según la síntesis.

Por su parte, el diario nacional Granma responde que los Trabajadores por Cuenta Propia (TCP) no están obligados a continuar laborando, porque "se incorpora



Meanwhile, the national newspaper Granma notes that self-employed workers are not obliged to continue working, because "the temporary cessation of service is incorporated as a cause of suspension of the exercise of self-employment, which is granted upon request of the interested party by the authorized agencies."

In this context, "workers who, as a consequence of the labor measures applied to confront COVID-19, consider the financial situation of their family nucleus insufficient to meet their basic needs, may request help from Social Assistance," Granma explains.

However, economist Juan Triana, in a recent article entitled

El negocio se queda en casa
Business continues from home



SPECIAL ISSUE

como causa de suspensión para el ejercicio de la actividad de trabajo por cuenta propia, la paralización temporal del servicio, la que se otorga previa solicitud del interesado a las entidades facultadas".

Ante esta situación, "pueden acudir a solicitar ayuda de la Asistencia Social, los trabajadores que, como consecuencia de las medidas laborales aplicadas para enfrentar la COVID-19, consideren insuficiente la capacidad económica de su núcleo familiar para solventar sus necesidades básicas", explica Granma.

No obstante, el economista Juan Triana en un reciente artículo titulado *Coronavirus: Sobreviviremos, pero eso no basta*, presenta una situación holística para el panorama nacional bastante dura en el 2020. "Nuestros ya menguados ingresos por exportaciones pueden menguar aún más; la ralentización de la economía mundial impactará en los precios del níquel y puede reducir sus ingresos, probablemente también en los del azúcar".

La posible caída de precios no se podrá compensar con más exportaciones porque sencillamente no habrá suficiente demanda externa y la producción nacional aún es deficiente. Los ingresos por las exportaciones de bebidas y tabacos, son igualmente difíciles de predecir, toda vez que los principales

"WORKERS WHO, AS A CONSEQUENCE OF THE LABOR MEASURES APPLIED TO CONFRONT COVID-19"

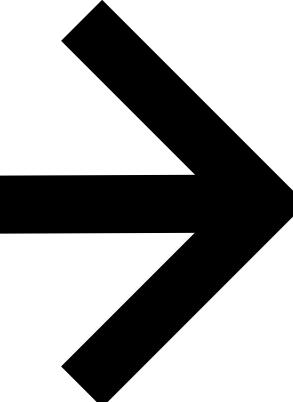


Coronavirus: We will survive, but that is not enough, presents a tough national scenario for 2020. "Our already diminished export earnings may decrease even more; the global economic slowdown will have an impact on nickel prices and revenue may fall, probably also on sugar prices."

The possible fall in prices cannot be compensated by more exports because there simply will not be enough external demand and domestic production is still insufficient. Revenues from exports of beverages and tobacco are equally difficult to predict, since the main markets of both sectors, European countries, are the most affected by the pandemic.

PhD in Economic Sciences, Juan Triana, concludes that, "today it becomes more evident to everyone how much the weakness of our food and agriculture sector exposes us to risk; how necessary it

"PUEDEN ACUDIR A SOLICITAR AYUDA DE LA ASISTENCIA SOCIAL, LOS TRABAJADORES QUE, COMO CONSECUENCIA DE LAS MEDIDAS LABORALES APlicadas PARA ENFRENTAR LA COVID-19"



— La VIDA — es corta — CÓMETE EL POSTRE primero

mandao

(53) 5 917 0274
1 (877) 626 3267



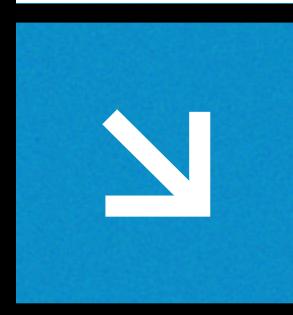
Burner Brothers
repostería

- is to rethink the allocation of investment resources among the different sectors of our economy, how much faster we must work to achieve greater diversification of our energy matrix; how necessary it is to dedicate more investment resources to our industrial system; how sensitive a sector as strategic as tourism is.”

Although the outlook is not very encouraging, an opinion piece published in early April by economist, Pedro Monreal, on his blog *El Estado como tal*, identifies, among others, four actions that, if fully implemented, could help us better overcome the post-coronavirus economic crisis. These are: “establish agriculture as the main source of food for the people; approve the Exchange Reform and establish a business exchange rate with the dollar, at no less than one USD to 25 CUP; establish that in the period until December 31, 2020, Cuban citizens exchange all the CUC they have for CUP at a rate of 1 CUC to 24 CUP; and approve a legal instrument that authorizes the creation of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), mainly in the agri-food business, and that agricultural cooperatives can join if they wish.”

At the end of his thread on Twitter, Oniel Díaz offers a final thought: “co-operation, partnerships and dialogue are the tools we have at hand to face together, in addition to this challenge, all of those that lie ahead in the national economy.”

• • • •



mercados de ambos rubros, los países europeos, son los más afectados por la pandemia.

En la conclusión de su comentario, el Dr.Cs. Económicas Juan Triana considera que “hoy se hace más evidente para todos cuánto nos expone la debilidad de nuestro sector agroalimentario; cuán necesario es repensar la asignación de recursos de inversión entre los diferentes sectores de nuestra economía, cuánto más debemos apurarnos para lograr una mayor diversificación de nuestra matriz energética; cuán necesario es dedicar más recursos de inversión a nuestro sistema industrial; cuán sensible es un sector tan estratégico como el turismo”.

Si bien el escenario no luce nada halagüeño, una reflexión publicada a inicios de abril por el también economista Pedro Monreal, en su blog *El Estado como tal*, identifica, entre otras, cuatro acciones que, de implementarse a plenitud, podrían ayudarnos a salir mejor de la crisis económica post coronavirus. Estas son “encontrar en la agricultura la fuente principal de la alimentación del pueblo; aprobar la Reforma Cambiaria y establecer una tasa de cambio empresarial con el dólar, no menor a un dólar USA igual a 25 CUP; establecer que en el periodo hasta el 31 de diciembre de 2020, los ciudadanos cubanos cambien todos los CUC que posean por CUP a una tasa de 1 CUC igual a 24 CUP; y aprobar un instrumento legal que autorice la creación de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) principalmente en la actividad agroalimentaria y que puedan incorporarse, si lo desean, las cooperativas agropecuarias”.

Al finalizar su hilo en Twitter, Oniel Díaz deja como reflexión que “cooperación, alianzas y diálogo son las herramientas que tenemos a mano para enfrentar juntos,

"THE PRESIDENT OF MY NEIGHBORHOOD COUNCIL GAVE ME A LIST OF 29 OLDER PEOPLE AND I DECIDED TO GIVE THEM A FREE MEAL EVERY DAY."



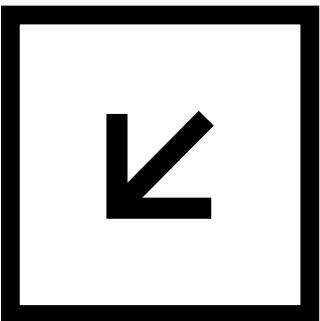
► Business continues from home, what about you?

While people are invited to stay at home as the main measure to slow the spread of COVID-19, Cuban businesses and entrepreneurs are not idly sitting by or waiting for the pandemic to pass to reach out to their communities.

The private sector has rolled out solidarity actions and business techniques, in order to contribute to combating the invisible enemy. The first of these is the Bella Ciao restaurant, whose co-owner, Saverio Grisell, commented that, after inquiring about ways to help, "the president of my Neighborhood Council gave me a list of 29 older people and I decided to give them a free meal every day."

In addition, the clothing brand and store Dador, "has its sewing machines devoted to a different task than their usual purpose of creat-

-
-
-
-



además de este reto, todos los que tenemos por delante en la economía nacional".

► El negocio se queda en casa, ¿y tú?

Mientras las personas están convidas a permanecer en su casa como medida principal para frenar el avance de la COVID-19, los negocios y emprendedores cubanos no se quedan de brazos cruzados o esperan que pase la pandemia para volver a acercarse a sus públicos.

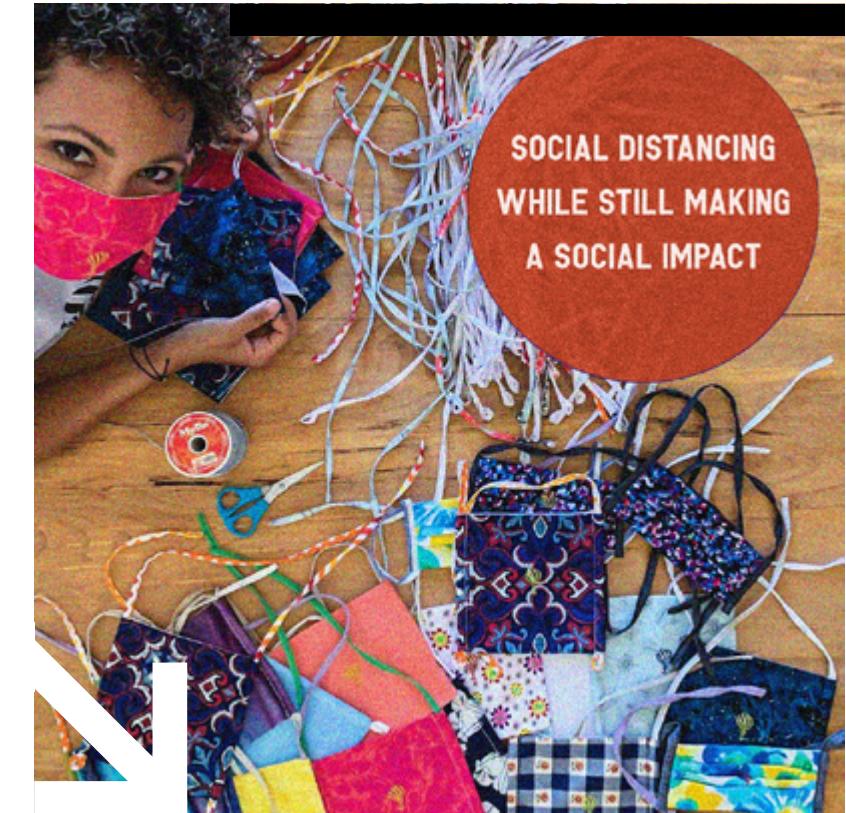
El sector privado ha desplegado acciones de solidaridad o técnicas empresariales, en aras de contribuir al combate del invisible enemigo. El primero de ellos es el restaurante Bella Ciao, cuyo copropietario Saverio Grisell comentó que, tras indagar sobre formas de ayudar, "el presidente del mi Consejo de Vecinos me dio una lista de 29 personas mayores y decidí darles una comida gratuita todos los días".

-
-
-
-

“EL PRESIDENTE DEL MI CONSEJO DE VECINOS ME DIO UNA LISTA DE 29 PERSONAS MAYORES Y DECIDI DARLES UNA COMIDA GRATUITA TODOS LOS DÍAS”

ing limited edition outfits for the catwalk or the store in Old Havana." According to one of its founders, Lauren Fajardo, they have "collaborated with a group that provides assistance to the elderly, donating 160 facemasks to those who need them most, such as older people, inhabitants of crowded neighborhoods, or those who do not have the option to stay home because they have to work or buy food."

Together with Dador, the guys from Ciclo EcoPapel have also donated masks to the Doña Leonor Pérez Ma-



SOCIAL DISTANCING WHILE STILL MAKING A SOCIAL IMPACT

“HA PUESTO SUS MÁQUINAS DE COSER EN UNA TAREA DIFERENTE A SU USUAL PROPÓSITO DE CREAR ATUENDOS DE EDICIÓN LIMITADA PARA LA PASARELA O SU TIENDA EN LA HABANA VIEJA”

ternity Home in Old Havana. Meanwhile, Taller Tostonet announced through its Facebook page that it will reduce its services to the public "and suspend face-to-face services," maintaining only a minimum of staff in charge of completing already contracted projects, although it will provide services online or at homes, "provided that the basic conditions of social distancing required to avoid the risk of contagion of any of its members or clients can be guaranteed."

Come rain or shine, we will always deliver to your home, or at least try," the Clandestina brand posted, with its characteristic humor, which through its online store aims to offer orders to each municipality in the capital. Finally, and in view of the suspension of vehicular transport implemented by the government, the Bajanda application suspended its activities to protect the health of all. There are also those who are maintaining the safety of its drivers and clients.

Other businesses, also featured in our issues, that have decided to close their doors to support the fight against the coronavirus are El Gelato and Oasis Nelva, which, imbued with their individual and social responsibility, have adopted this measure to protect the health of all. There are also those who are maintaining the safety of its drivers and clients.

COME RAIN OR SHINE, WE WILL ALWAYS DELIVER TO YOUR HOME, OR AT LEAST TRY," THE CLANDESTINA BRAND POSTED,

• • •

"siempre que se puedan garantizar las condiciones básicas de distanciamiento social requeridas para evitar el riesgo de contagio de alguno de sus integrantes o clientes".

Otros negocios, también aparecidos en nuestras ediciones, que decidieron cerrar sus puertas para apoyar la lucha contra el coronavirus son El Gelato y Oasis Nelva, los cuales imbuidos por su responsabilidad individual y social asumen esta medida para proteger la salud de todos. También están los que emplean sus servicios de entrega para no descuidar a sus habituales, como son los casos del restaurante japonés Fuumiyaki o Juanky's Pan, en donde han desarrollado iniciativas para que los consumidores terminen de preparar sus pedidos en casa.

"Bajo lluvia, sol y sereno, a tu casa siempre llegaremos, o al menos trataremos", publica con su característico humor la marca Clandestina, que a través de su tienda online pretende llevar a cada municipio de la capital las ordenes que lleguen a su tienda. Por último, y ante el cierre de circulación vehicular implantado por el gobierno, la aplicación Bajanda realizó una suspensión de sus actividades para mantener la seguridad de sus choferes y beneficiarios.

Si los días pasados han sido difíciles, los que quedan hasta el decreto de la normalidad serán aún más duros. Nuestra disciplina, las iniciativas de los emprendimientos y la confianza en que la razón económica prevalecerá sobre la soberbia del sistema, son algunos de los pasos que nos conducirán a la mejoría de la marcha cuando este triste episodio concluya para el panorama cubano.



SPECIAL ISSUE

"BAJO LLUVIA, SOL Y SERENO, A TU CASA SIEMPRE LLEGAREMOS, O AL MENOS TRATAREMOS", PUBLICA CON SU CARACTERÍSTICO HUMOR LA MARCA CLANDESTINA,

If the past days have been difficult, those that remain until normality reigns again will be even harder. Our discipline, the initiatives of enterprises and the confidence that economic sense will prevail over the rigidity of the system, are some of the steps that will lead us to advance once this sad episode concludes in Cuba.





POR / BY: RIGO GARCIA BERRIEL

LA COLUMNA / THE COLUMN

GANAR DINERO CON FIFA20

OTRA MANERA DE VIVIR

MAKING MONEY WITH FIFA20:
A DIFFERENTLIFESTYLE

• • •

• • • •

Hoy dedicaré mi columna a hablarles de Donovan 'Tekkz' Hunt, un joven británico de 17 años que milita para el club Fnatic. Por supuesto, que no lo conocen de nada, yo tampoco lo conocía hasta que Tekkz supo llamar mi atención. Él pertenece a la élite de los jugadores de FIFA, un videojuego que este servidor ama. Tekkz ha embolsado entre las competencias oficiales de FIFA19 y FIFA20 al menos unos 375 mil dólares, nada despreciables para estar sentado frente a una consola.

Lo que más me impresionó fue descubrir que Tekkz es además un emprendedor. No le basta con los casi 600 mil subscriptores que posee en Youtube y que sus videos hayan superado el millón de visualizaciones (monetizadas por supuesto), sino que Tekkz ha decidido impartir clases de FIFA, a través de la plataforma GamerzClass.

**ESTE CURSO CAMBIARÁ POR
COMPLETO TU FORMA DE PENSAR
SOBRE FIFA. APRENDERÁS LOS
MOVIMIENTOS Y HABILIDADES MÁS
INCREÍBLES**



"Este curso cambiará por completo tu forma de pensar sobre FIFA. Aprenderás los movimientos y habilidades más increíbles, cómo usar una estrategia diferente y, lo más importante, cómo marcar algunos goles que dejarán a tus rivales con la mandíbula en el suelo". Son las palabras de un chico que ha puesto a disposición de los amantes de este videojuego 16 lecciones online, horas de videos a demanda y un plan de ejercicios.

Cuando leí esto me dije "Este chico sabe lo que hace". Es maravilloso ver cómo alguien a tan corta edad ha descubierto que su pasión puede ser su fuente de ingresos. El modelo de negocio de Tekkz, además de ser rentable le permite seguir funcionando aún en medio de una pandemia como esta.

Si bien se han registrado negativos en distintas industrias y se han visto afectadas cadenas de producción en todo el mundo, los números relacionados al consumo de videojuegos se han disparado. En este tiempo de cuarentena, donde la mayoría estamos en casa, una de las actividades más practicadas son los videojuegos. Mi pregunta es: ¿A qué amante de las consolas no le gustaría mejorar de la mano de quien, el año pasado se consolidó como líder del ranking mundial de FIFA? ¿Cuántos no pagarían con gusto los 40 dólares que cuesta aprender? Parece que Tekkz a sus 17 años ha encontrado el camino que a muchos les lleva toda una vida descubrir.

• • • •

**THIS COURSE WILL COMPLETELY
CHANGE THE WAY YOU THINK
ABOUT FIFA. YOU'LL LEARN THE
SICKEST SKILL MOVES, HOW TO
SET UP A CRAZY STRUCTURE**

• • • •



ENG Today I devote my column to Donovan 'Tekkz' Hunt, a 17-year-old British teen who forms part of the Fnatic club. Of course you have no idea who he is, nor did I until Tekkz caught my attention. He belongs to an elite club of FIFA players, a video game that I love. Tekkz has made at least 375,000 dollars through official FIFA19 and FIFA20 competitions, a considerable sum for simply sitting in front of a console. What impressed me most was discovering that Tekkz is also an entrepreneur. Not content with his almost 600,000 subscribers on YouTube, and the fact that his videos have surpassed one million views (monetized of course), Tekkz decided to offer FIFA classes through the GamerzClass platform. "This course will completely change the way you think about FIFA. You'll learn the sickest skill moves, how to set up a crazy structure and most importantly how to score some cheeky goals that'll leave your opponents with their jaws stuck to the floor." These the words of a teen offering fans of the game 16 online lessons, as well as hours of videos on demand and an exercise plan. When I read this, I said to myself, "This kid knows what he is doing." It's great to see how someone so young has discovered that his passion can be his source of income. As well as being profitable, Tekkz's business model means he can keep going even during a pandemic such as the current one. While various industries have taken a blow, and production chains have been impacted worldwide, the figures regarding video game consumption have skyrocketed. During these times of lockdown, in which the majority of people are stuck at home, playing video games is precisely one of the most popular activities. My question is: Which console lover wouldn't want to better their game learning from someone who last year established himself as leader of the FIFA world ranking? Who wouldn't gladly pay 40 dollars to learn how? It seems Tekkz, at the age of 17, has found the path to success that many spend their whole lives searching for.

**COCTELES
BARRA DE RONES
HAMBURGUESAS
TAPAS
MÚSICA EN VIVO
EVENTOS**



Desde su fundación en 2012, Juanky's Pan ha estado involucrado en acciones de beneficio social. "Siempre tuvimos claro que los diferentes puntos de venta del negocio debían relacionarse con los vecinos y el entorno. La idea es que estén contentos, orgullosos y se sientan apoyados por nosotros", afirma Juan Carlos Blain, Director Ejecutivo y uno de los fundadores de la marca.

En consonancia con esa premisa, el equipo de dirección de la empresa diseñó una estrategia de ayuda a las personas mayores de 60 años, en situación desfavorable o que vivieran solas, para reducir el impacto de la COVID-19 en ese sector poblacional.

La iniciativa, explica Juan Carlos, parte del encuentro con los representantes de los gobiernos de los municipios habaneros Playa, La Lisa y Marianao. El propósito fue identificar, en una primera etapa, a los adultos mayores con esas características y, mediante un proceso organizado, hacerles llegar una merienda diaria.

Para ello Juanky's Pan determinó donar 100 por ciento de las utilidades en este período y, de conjunto con el Club de Motos Eléctricas (MEC), distribuir la comida en horarios preestablecidos y con las medidas sanitarias pertinentes. El comienzo de esa acción fue el sábado 28 de marzo por Marianao.

ENG Since its creation in 2012, Juanky's Pan has been involved in activities of social benefit. "We were always clear that the different sales points of the business should establish relations with their neighbors and their surroundings. The idea is that they are happy, proud and feel supported by us," states Juan Carlos Blain, Executive Director and one of the founders of the brand.

According to this premise, the managing team of the business designed a strategy to help people over the age of 60 in a vulnerable situation, or who live alone, to reduce the negative impact of the COVID-19 pandemic on this sector of the population.

The initiative, Juan Carlos explains, was based on a meeting with representatives of the municipal governments of Playa, La Lisa and Marianao, all in Havana. The aim was to identify, in the first stage, the older people with these characteristics and, through an organized process, distribute a daily snack to them.

Juanky's Pan decided to donate 100% of profits during this period to this purpose and, alongside the Club de Motos Eléctricas (MEC, Electric Motorbike Club), distribute the food at pre-established times, adopting the relevant health measures. The project began on Saturday, March 28, in Marianao.

Beforehand, the business had organized to provide snacks to staff at Family Doctor's clinics in La Lisa, who



paZillo
#JamesPazillo

(+53) 7 835 1106
FB: @PAZILLO.RESTAURANTE
IG: @PAZILLO.RESTAURANTE
EMAIL: PAZILLO.RESTAURANTE@GMAIL.COM
CALLE 5TA #604 ENTRE 4 Y 6. VEDADO

Con anterioridad, dispusieron la entrega de meriendas a los doctores del Consultorio Médico de la Familia de La Lisa, involucrados en las labores de pesquisaje y, posteriormente, llevaron refrigerios a clientes habituales en condiciones de aislamiento, "para darles un poco de alegría y satisfacción"

Debido a la situación epidemiológica del país y como parte de una estrategia de marketing, el negocio potencia el servicio a domicilio e inserta en el mercado productos pre-elaborados, "el fin es que los compradores permanezcan en sus hogares, cuiden su salud y, a partir de una receta que viene incluida, cocinen algunas de nuestras ofertas", asegura Juan Carlos.

El Director de Comunicación y Marketing, Carlos Arce, manifiesta que, primeramente, ese nuevo servicio solo contiene pizzas, pero proyectan incluir batidos con la leche y las frutas congeladas, y sándwich de fácil preparación y transportación como el Medianoche. "De cada diez que vendamos, uno se lo regalaremos a las personas con dificultades económicas", asevera.

Sumado a lo anterior, los diferentes puntos de venta delinearon un plan para mantener la producción: disminuir el servicio de salón e incentivar el pedido a domicilio, y brindarles a los trabajadores charlas educativas para conocer el alcance y propagación de la pandemia.

También intensificaron las medidas de higiene con la colocación de un lavamanos a la entrada del establecimiento de La Lisa, agua con hipoclorito y la utilización de nasobucos; redujeron los turnos laborales; así como, enviaron para la casa a los trabajadores mayores de 60 años con su salario íntegro.

Otras labores de impacto social, en sus casi siete años de creado, son: limpiezas en el Río Quibú, ubicado en el reparto Flores; la entrega de las donaciones de clientes y trabajadores a los damnificados del tornado que afectó Cuba en enero de 2019; participación en trabajos voluntarios y actividades comunitarias; visitas a hogares de personas con discapacidad, entre otras.

• • • •

"DE CADA DIEZ QUE VENDAMOS, UNO SE LO REGALAREMOS A LAS PERSONAS CON DIFÍCULTADES ECONÓMICAS"



were undertaking the efforts to identify possible coronavirus cases. Then, it began delivering snacks to its regular customers who were self-isolating, "to cheer them up a bit."

Due to the epidemiological situation in the country, and as part of the marketing strategy, the business is boosting its home delivery service, and adding pre-prepared meals to its offers. "The aim is for our customers to stay at home, look after their health and, based on a recipe that is included, cook up some of our offers," Juan Carlos explains.

Communications and Marketing Director, Carlos Arce, notes that to begin with, this new service only includes pizzas, but the aim is to add milkshakes using frozen milk and fruit, and an easily prepared sandwich, such as the 'Medianoche.' "For every ten sandwiches we sell, we give one free to people living with difficult economic situations," he notes.

In addition, the different sales points drew up a plan to maintain production: reducing the sit-down service and encouraging home deliveries, while offering staff educational talks on the scope and spread of the pandemic.

Hygiene measures were also reinforced, with hand-washing facilities set up at the entrance of the La Lisa establishment, including chlorinated water and the use of facemasks. Likewise, working hours were cut, and any staff aged over 60 were sent home on full pay.

Other examples of the social responsibility efforts of this business over its almost seven years include: clean-up efforts at the Quibú River, in Flores neighborhood; donations collected from customers and staff for those whose homes were damaged by the tornado that hit Havana in January, 2019; participation in voluntary work initiatives and community activities; visits to homes of disabled persons, among others.



LOS MILLONES DEL TABACO

POR / BY: LESTER UPIERRE RODRÍGUEZ

The multi-million sums
surrounding tobacco

INBEST

UN TOTAL DE VENTAS DE 531 MILLONES DE DÓLARES REGISTRADO EN 2019, MOSTRÓ LA ESTABILIDAD COMERCIAL Y DE CLIENTES QUE HA ALCANZADO HABANOS S.A. A LO LARGO DE LOS AÑOS.

ENG

When the XXII edition of the Habanos Festival closed in the Cuban capital on the night of February 28, astronomical figures had been presented by the directors of a company that is recognized worldwide for producing the best Premium cigars and which exclusively markets 27 brands, all rolled by hand, around the globe.

With total sales worth \$531 million in 2019, the commercial stability and loyal clientele that Habanos S.A. has achieved over the years was clearly demonstrated. According to recent statements by the co-presidents of the brand, Inocente Núñez and Luis Sánchez-Harguindey, the markets behave satisfactorily, and they continue in the leading position worldwide while increasing their presence and sales, especially in emerging markets, such as mainland China and the Middle East, which are becoming increasingly important for Cuban cigars.

Here I must make a necessary parenthesis to reflect on the negative effect that the novel coronavirus pandemic could have on this Cuban export item. As China is one of the growing markets for Cuban cigars, and the epicenter of the disease, the recovery of the Chinese economy will be decisive for the geographical recovery of this product.

Likewise, tobacco export earnings are highly difficult to predict in these circumstances, especially if we take into account that the main markets for Cuban cigars in the world

Cuando en la noche del 28 de febrero pasado cerraba la XXII edición del Festival del Habano, en la capital cubana, astronómicas habían sido las cifras presentadas por los directivos de una compañía que es reconocida mundialmente por elaborar los mejores puros Premium y que comercializa de forma exclusiva 27 marcas, todas elaboradas a mano, alrededor del orbe.

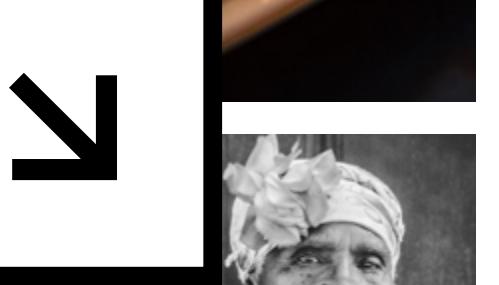
Un total de ventas de 531 millones de dólares registrado en 2019, mostró la estabilidad comercial y de clientes que ha alcanzado Habanos S.A. a lo largo de los años. Según declaraciones recientes de los co-presidentes de la marca, Inocente Núñez y Luis Sánchez-Harguindey, los mercados se comportan de manera satisfactoria, continuando con la posición de liderazgo a nivel mundial e incrementando su presencia y ventas especialmente en mercados emergentes, tales como China continental y Medio Oriente, que cada vez cobran mayor importancia para el Habano.

Ahora bien, aquí debo hacer un necesario paréntesis para reflejar el efecto negativo que la pandemia del nuevo coronavirus tendría sobre este rubro exportable cubano. Al ser el gigante asiático uno de los mercados en crecimiento para los habanos, y el epicentro de la enfermedad, la recuperación de la economía china será decisiva para el repunte geográfico de este producto.



"WITH TOTAL SALES WORTH \$531 MILLION IN 2019, THE COMMERCIAL STABILITY AND LOYAL CLIENTELE THAT HABANOS S.A. HAS ACHIEVED OVER THE YEARS WAS CLEARLY DEMONSTRATED."

• • • •



Igualmente, los ingresos por las exportaciones de tabaco son altamente difíciles de predecir en estas circunstancias, sobre todo si tomamos en cuenta que los principales mercados receptores de los habanos en el mundo se encuentran en países europeos como España y Francia, donde la COVID-19 deja una trágica huella en su economía.

La consolidación del tabaco cubano como producto de exportación, no se asienta solo en su fama casi vitalicia, sino en la apuesta constante de sus productores por la calidad y la artesanía en su proceso de elaboración, puesto que sus consumidores aprecian cada vez más los productos únicos.

Esto no es posible sin buenos engranajes. La industria tabacalera cubana acoge a 45 empresas de varios renglones, de las cuales 23 se dedican a la producción de la hoja, labor que realizan 800 cooperativas y 16 mil 690 campesinos sobre una extensión de 37 mil hectáreas en todo el país; esfuerzo en el que también toman parte la experiencia heredada y el respaldo de proyectos científicos.

Por otro lado, la responsabilidad social de esta compañía resulta un poco contradictoria, ya que por muchos años el cierre de los festivales del Habano llega con la subasta de humidores, recaudación destinada al sistema cubano de Salud Pública, rama que denuncia el mal hábito de fumar. En esta ocasión, al monto de las ventas anuales se suman los 4 millones 270 mil euros conseguidos tras la puja por los seis humidores en remate.

“LA CONSOLIDACIÓN DEL TABACO CUBANO COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN, NO SE ASIENTA SOLO EN SU FAMA CASI VITALICIA.”

“THE CONSOLIDATION OF CUBAN TOBACCO AS AN EXPORT PRODUCT IS NOT ONLY BASED ON ITS ENDURING FAME”

• • •

are European countries such as Spain and France, where COVID-19 is leaving a tragic mark on the economy.

The consolidation of Cuban tobacco as an export product is not only based on its enduring fame, but on the constant commitment of its producers to quality and craftsmanship in its manufacturing process, since their consumers increasingly appreciate unique products.

This is not possible without good inner working. The Cuban tobacco industry brings together 45 enterprises of various lines, of which 23 are dedicated to the production of the leaf, as work carried out by 800 cooperatives and 16,690 farmers over an area of 37,000 hectares throughout the country; an effort which entails inherited experience and the support of scientific projects.

On the other hand, the social responsibility of this company is somewhat contradictory, since for many years the closure of the Habanos cigar festival comes with the auction of humidors, to raise funds for the Cuban public health system, a sector that denounces the bad habit of smoking. On this occasion, 4.27 million euros were raised through the auctioning of six humidors.

It's safe to say that things are not so bad in this world of bands, vitolas and aromas. However, some reports have revealed the possibility that Habanos S.A. lose its partnership with the British Imperial Brands PLC, responsible for marketing all the island's tobacco products across the world, as the latter is considering the idea of dissolving the

Ofertas a Domicilio

(+53) 7 833 79 39 (+53) 5 283 21 88



\$20 25 Piezas de Sushi y 5 piezas de Rollitos Primavera

\$10 Arroz Frito Especial para 4 personas

\$25 50 Piezas de Sushi

\$25 16 Piezas de Yakitoris, 6 Piezas de Rollitos Primavera y 20 Piezas de Sushi

RESTAURANTE
— JAPONÉS —



Todos los Platos Fuertes salen con Arroz Frito con Ajo y Vegetales Salteados

- “IGUALMENTE, LOS INGRESOS POR LAS EXPORTACIONES DE TABACO SON ALTAMENTE DIFÍCILES DE PREDICIR EN ESTAS CIRCUNSTANCIAS”

LIKEWISE, TOBACCO EXPORT EARNINGS ARE HIGHLY DIFFICULT TO PREDICT IN THESE CIRCUMSTANCES

Vamos, que las cosas no van tan mal en este mundo de anillas, vitolas y aromas. Sin embargo, algunos reportes han dejado ver la posibilidad de que Habanos S.A. pierda su sociedad con el británico Imperial Tobacco Group PLC., encargado de comercializar todos los productos tabacaleros de la isla en el mundo, debido a que este último maneja la idea de separarse para recaudar hasta 2 mil 600 millones de dólares en 2020 a través de la venta de activos.

De concretarse tal divorcio, el cual llega por la irrupción de los cigarrillos electrónicos y la presión de los rivales con mayores presupuestos de inversión y marcas más populares, otros inversores, quizás del mercado asiático, podrían interesarse por el negocio cubano.

Si la corporación Habanos S.A. ya ocupa el 70% de la cuota del mercado mundial y posee 155 Casas del Habano, con el bloqueo estadounidense de por medio, resulta lógico suponer que invertir en esta compañía solo puede traer beneficios cuando el cerco comercial caiga, ya que planean abrir locales en las principales ciudades de Estados Unidos. Según estimaciones de la propia empresa mixta, sin bloqueo el porcentaje de cigarros de alta calidad en el vecino del norte se elevaría hasta un 30%, lo cual aumentaría hasta en 60% sus ingresos, alrededor de 680 millones de dólares.

“LA INDUSTRIA TABACALERA CUBANA ACOGE A 45 EMPRESAS DE VARIOS RENGLONES”
“THE CUBAN TOBACCO INDUSTRY BRINGS TOGETHER 45 ENTERPRISES OF VARIOUS LINES”



partnership to raise up to 2.6 dollars in 2020 through the its assets.

If this were to take place, which comes due to the rise of electronic cigarettes and pressure from rivals with higher investment needs and more popular brands, investors, perhaps from the Asian market, could be interested in the Cuban business.

The Habanos S.A. corporation already occupies 70% of the world market share and owns 155 Casas del Habano specialist cigar stores, even under the U.S. blockade. As such, it is logical to assume that investing in this company can only bring benefits once the commercial blockade is finally lifted, since the plans are to open stores in the main cities of the United States. According to the joint venture's own estimates, without the blockade, the percentage of high-quality cigarettes in the northern neighbor would rise by up to 30%, which would increase income by up to 60%, around 680 million dollars.



VENTAS DE HABANOS S.A. EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS (USD) HABANOS S.A. SALES IN THE LAST FIVE YEARS (USD)



EN TIEMPOS DE CRISIS: ¿QUÉ HAGO DESDE MIS REDES SOCIALES?

POR / BY: CLAUDIA YILÉN

IN TIMES OF CRISIS:
WHAT CAN I DO ON SOCIAL MEDIA?

"A NIVEL MUNDIAL,
EXISTEN MÁS DE
1600 MILLONES DE
PERSONAS EN REDES
SOCIALES"

En días de incertidumbre y aislamientos, quizás te hayas preguntado como emprendedor qué pasará con tu negocio y tus clientes. Ante la expansión del nuevo coronavirus en Cuba y el mundo, muchos establecimientos han cerrado, y por tanto, cancelado, pospuesto citas o readecuado el objeto social de su trabajo.

Pero, ¿cómo invertir todo este tiempo en tu negocio? Sin dudas, una de las mejores y más eficaces herramientas que tienes a mano son las redes sociales. En una primera entrega de Emprendimientos en la red conversábamos sobre la importancia de estas como canales de comunicación directos de los negocios con sus públicos. Hoy, hablaremos de la importancia de estar con ellos y para ellos, también en los momentos de crisis.

A nivel mundial, existen más de 1600 millones de personas en redes sociales y más del 64% de los usuarios de Internet acceden a los servicios de redes sociales en línea, según reporta el sitio de estadísticas en tiempo real statista.com.

Traduciendo, es el momento de estar ahí con ellos y reinventarte como emprendedor. Aprovecha todo este tiempo para hacer sondeos de opinión sobre tus productos, servicios y trabajar en base a las exigencias de tus clientes.

Enfocar los mensajes será el primero de tus retos, para ello ten en cuenta que cada red social maneja códigos comunicativos diferentes. Tú solo debes adecuarte a cada una, manteniendo siempre tu identidad.

→ **Demuéstralos que las barreras son solo físicas, que se puede estar tan cerca como tan lejos. Aprovéchate, emprende y crece tú también.**

▼ Algunos tips sencillos:

- 1 Súmate a la ola de los retos, creando aquellos que defiendan tu marca y tu razón de ser.
- 2 Utiliza las herramientas de encuestas que traen redes sociales como Instagram (stories) o Facebook y recoge estas opiniones con el objetivo de crear para tu público en un corto, mediano o largo plazo.
- 3 Haz que el usuario participe, reconócelo en público y hazle saber que estás ahí para él.
- 4 Postea imágenes que animen, pueden ser memes creados por ti o por los propios usuarios.
- 5 Promueve buenos hábitos higiénicos, tan necesarios en estos tiempos. Puedes para ello utilizar cualquiera de tus objetos sociales como emprendedor, si lo tuvieras al alcance.
- 6 Crea videos, háblales y muéstrales al equipo que trabajas para ellos. La herramienta del Facebook Live o Instagram Live es muy útil para entablar el diálogo directo y en vivo con todos.
- 7 Presta atención a aquellas etiquetas o hashtags que se están utilizando en tu entorno como usuario y empléalas tú también en tus publicaciones. Puedes además crear alguna y animar a tus seguidores a usarla.
- 8 Utiliza las redes sociales digitales para formar redes de apoyo en tu comunidad o vecindario y ayuda a ese sector de la población en riesgo que pueda necesitar de tus productos.
- 9 Amplía tus servicios. Crea grupos en WhatsApp, Messenger o Telegram para ofrecerlos a domicilio.

ENG

During these times of uncertainty and isolation, perhaps as an entrepreneur you have wondered what will happen to your business and your customers. Faced with the spread of the novel coronavirus in Cuba and the world, many establishments have closed and, as such, cancelled or postponed meetings, or readjusted the corporate purpose of their work.

But how can you invest this time in your business? Undoubtedly, one of the best and most efficient tools that you have to hand are social networks. In this first Online Entrepreneurship section, we discuss the importance of social media as direct communication channels between businesses and their public. Today, we look at the importance of accompanying your clients even during this crisis.

Worldwide, there are 1.6 billion people using social networks, and over 64% of Internet users have social media accounts, according to the real-time statistics site, statista.com.

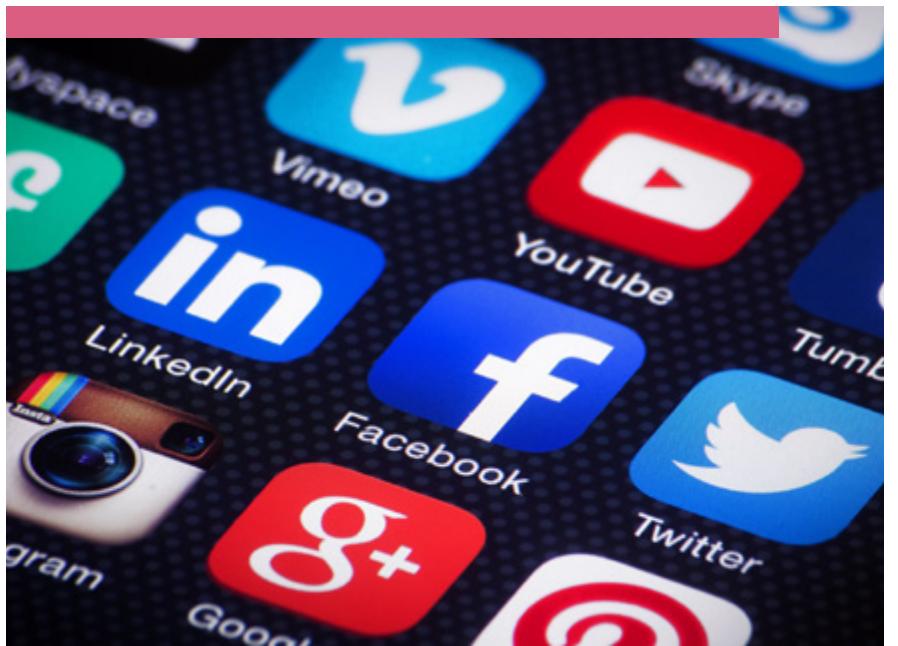
That means this is the perfect moment to accompany them and reinvent yourself as an entrepreneur. Take advantage of all this time to undertake opinion polls on your products and services, and work on the basis of your clients' demands.

Focusing your messages is the first challenge, and you must bear in mind that each social media platform uses different communicative codes. You must adjust to each, but always maintaining your identity.

▼ Here are some simple tips:

- 1 Join the popular wave of "challenges", creating versions that advocate your brand and raison d'être.
- 2 Use the survey tools that social media such as Instagram (stories) and Facebook offer, and gather opinions with the aim of creating things for your audience in the short, medium, or long term.
- 3 Get users to participate on your social media accounts, publicly recognize them and let them know you are there for them.
- 4 Post images that offer encouragement, be they memes created by you or other users.
- 5 Promote good hygiene practices, which are so necessary right now. You can use any of your social corporate purposes as an entrepreneur to this ends, if within reach.
- 6 Create videos, speak to your followers, and show them the team working for them. The Facebook Live or Instagram Live functions are very useful for direct and live dialogue with your followers.
- 7 Pay attention to tags or hashtags that are being used widely and include them in your posts. You can also create similar ones and encourage your followers to use them.
- 8 Use social media to create support networks in your community and help the sector of the population most at risk, who could need your products.
- 9 Expand your services. Create WhatsApp, Messenger or Telegram groups to offer them directly to people's homes.

"WORLDWIDE, THERE ARE 1.6 BILLION PEOPLE USING SOCIAL NETWORKS,"



Show your clients that the barriers are only physical, that you can be just as close as you are separated. Take advantage of the moment, venture out and grow. ↵

THE WORLD RECOVERS: THE NEED FOR GREEN ENTERPRISES IN TIMES OF CORONAVIRUS

EL MUNDO SE CORA

LA NECESIDAD DE EMPRENDIMIENTOS VERDES EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

POR / BY: MARIA DEL CARMEN RAMON

L

a crisis económica provocada por la COVID-19 pudiera ser el momento ideal para analizar qué ha sucedido con el actual modelo económico, donde el crecimiento en la productividad ha ido acompañado de enormes desigualdades y un planeta en emergencia climática.

Cuando los gobiernos multiplican medidas para contener el nuevo coronavirus, y no pocos se espantan ante las imágenes de fábricas cerradas y calles desérticas, aparecen, sin embargo, las mejores noticias para el Medio Ambiente. Las estadísticas muestran una drástica caída en los niveles de dióxido de nitrógeno en Europa y China, y muchos de nosotros nos quedamos pensando.

De acuerdo con la directora ejecutiva del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Inger Andersen, esta reducción es temporal, porque una vez la vida recobre lo que llamamos "normalidad" volverán a subir los volúmenes de carga contaminante.

No obstante, una pregunta se impone: si ha sido posible lograr ciudades más limpias y reducir la contaminación, ¿no sería inteligente buscar alternativas que permitan mantener resultados como estos en el tiempo? Sin dudas este podría ser un buen momento para el crecimiento de emprendimientos verdes, que impulsen la reconstrucción de la economía con base en la inversión de tecnologías limpias.

Cualquier negocio puede ser un emprendimiento verde, siempre que esté comprometido con la sostenibilidad am-

ENG

The economic crisis caused by the COVID-19 pandemic could be the ideal moment to analyze the current economic model, where growth in productivity has been accompanied by enormous inequalities and a planet facing a climate emergency.

At a time when governments multiply measures to contain the novel coronavirus, and many are horrified by the images of closed factories and deserted streets, the best news for the environment emerges. Statistics show a drastic drop in nitrogen dioxide levels in Europe and China, which has got many of us thinking.

According to the Executive Director of the United Nations Environment Programme, Inger Andersen, this reduction is temporary, as once we return to what we call "normality," the volumes of pollutants will rise again.

However, a question arises: if it has been possible to achieve cleaner cities and reduce pollution, would it not be wise to look for alternatives that allow results like these to be maintained over time? Undoubtedly, this could be a good time for the growth of green enterprises, which promote the reconstruction of the economy based on investment in clean technologies.

Any business can be a green business, as long as it is committed to environmental sustainability. Green startups offer goods or services that generate positive environmental impacts and incorporate good social, economic and environmental practices that contribute to sustainable development. In a pandemic context,

“¿NO SERÍA INTELIGENTE BUSCAR ALTERNATIVAS QUE PERMITAN MANTENER RESULTADOS COMO ESTOS EN EL TIEMPO?”

“WOULD IT NOT BE WISE TO LOOK FOR ALTERNATIVES THAT ALLOW RESULTS LIKE THESE TO BE MAINTAINED OVER TIME?”

•
•
•
•

“CUALQUIER NEGOCIO PUEDE SER UN EMPRENDIMIENTO VERDE, SIEMPRE QUE ESTÉ COMPROMETIDO CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL”

“NY BUSINESS CAN BE A GREEN BUSINESS, AS LONG AS IT IS COMMITTED TO ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY”

biental. Las startups verdes ofertan bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos e incorporan buenas prácticas sociales, económicas y ambientales, que contribuyen al desarrollo sostenible. En un contexto de pandemia, proyectos donde la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social sean lo fundamental resultan decisivos, si se quiere superar la actual crisis económico-financiera.

Latinoamérica, por ejemplo, es una región donde han proliferado los eco-emprendimientos. Una rápida revisión a los Premios Latinoamérica Verde, el evento más importante para estos proyectos en el continente, nos permite comprender el crecimiento y la diversidad de las propuestas. En sus seis ediciones, desde 2013, se han presentado 10 144 proyectos, provenientes de 930 ciudades.

Si miramos a fondo la versión de 2019, encontramos iniciativas interesantes, como el “Proyecto Tití”, que defiende la conservación del mono tití cabeciblanco y la protección de su hábitat natural en Colombia; así como el proyecto mexicano “Familia Rural Inteligente-Ecotecnía”, que ofrece tecnologías ambientales integrales para familias rurales en situación de pobreza. Por su parte, el emprendimiento chileno “Atando cabos”, de Comberplast, propuso convertir las cuerdas que usan los barcos en armazones plásticos para mover carga y recibió el premio en la categoría Océanos.

Estos son solo algunos ejemplos de un movimiento que, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas, debería ser parte clave de esa economía diferente que necesitamos hoy, donde prosperen por igual la salud del planeta y la de las personas.

projects promoting environmental sustainability and social responsibility are decisive to overcoming the current economic-financial crisis.

Latin America, for example, is a region where eco-enterprises have proliferated. A quick review of the Green Latin America Awards, the most important event for these projects on the continent, allows us to comprehend the growth and diversity of the proposals. In its six editions since 2013, a total of 10,144 projects have been presented, from 930 cities.

If we take a closer look at the 2019 edition, we find interesting initiatives such as “Proyecto Tití,” which advocates the conservation of the cotton-top tamarin monkey and the protection of its natural habitat in Colombia; as well as the Mexican project “Familia Rural Inteligente-Ecotecnía” which offers comprehensive environmental technologies for rural families living in poverty. For its part, the Chilean enterprise “Atando cabos,” by Comberplast, proposed to convert the ropes used by ships into plastic frames to move cargo and received the award in the Oceans category.

These are just some examples of a movement that, according to the United Nations, should be a key part of the different economy that we need today, where the health of the planet and that of people prosper equally.

**PREMIO
OASIS 2020**



“Para pensar la empresa
desde la responsabilidad social”.



COMIDA A DOMICILIO, OTRA ALTERNATIVA PARA NO SALIR DE CASA

HOME DELIVERY: ANOTHER
ALTERNATIVE SO YOU CAN
STAY AT HOME

POR / BY: LEIDYS HERNÁNDEZ LIMA

Muchos son los emprendimientos gastronómicos que tienen incorporado en sus servicios la entrega a domicilio, pero en el último mes se ha incrementado esta función, pues el país afronta la COVID-19, y las autoridades sanitarias recomiendan quedarse en casa.

Una alternativa para muchas cafeterías y restaurantes ha sido reforzar o incorporar, por primera vez, la entrega de comida hasta los hogares, una solución que ha contribuido al cuidado extremo que por estos días debemos tener.

Uno de los primeros restaurantes en cerrar por iniciativa propia fue La Guarida. Desde el domingo 15 de marzo la famosa paladar suspendió su atención al público y asumió "una cuarenta voluntaria" motivada por la preocupación en la protección del personal, familiares y clientes, según señalaron en sus redes sociales. La Guarida cerró de manera momentánea hasta que este primero de abril comenzó con un nuevo servicio llamado "La Guarida en tu casa". Mediante este los clientes podrán contratar sus servicios de bar, cocina e incluso su propio chef privado a través de sus instalaciones portátiles.

Otros negocios también han reajustado sus propuestas y han incorporado la mensajería para evitar la quiebra de los emprendimientos.

Entre los locales que ofrecen el nuevo servicio está el bar-restaurante Mío&Tuyo de La Habana con oferta de bebidas y comidas a domicilio, ahora los clientes podrán disfrutar del bar en su propia casa. Las bebidas ofertadas contarán con un 40 por ciento de descuento del precio real del bar y también se ofrecerán snacks icónicos del Mío&Tuyo.

La app AlaMesa, que informa sobre el menú, la dirección y los contactos de restaurantes y cafeterías a lo largo de Cuba, ha implementado también el servicio de comidas a domicilio con pago disponible desde el extranjero.

Además de brindar a las familias la posibilidad de disponer de

• • •

ENG

Many gastronomic ventures have home delivery incorporated into their services. However, in the last month this function has increased due to the presence of the COVID-19 virus.

While the health authorities recommend staying home, entrepreneurs have devised ways to get ahead. The CubaEmprende private sector training and consultancy project advises that "if you are self-employed, it is time to prepare your business and find creative solutions to the coronavirus crisis." As such, an alternative for many cafés and restaurants has been to reinforce or incorporate home delivery services for the first time. This solution has contributed to the care that we must take at this time.

Orders are made at home through WhatsApp groups, Messenger, or through the online platforms that were already implemented by these businesses. In most cases, restaurants and cafés do not have their own delivery staff, so many have hired couriers to take orders to their customers.

Te lo lleva Cuber is one of the most sought-after WhatsApp groups at the moment. Every morning, its administrators send the offers of the day and the areas to where they will be delivering. Each client places their order and that's it, they can have agricultural products brought to them without having to leave home.

Among the places that this new service also includes is the Mío & Tuyo bar-restaurant in Havana, offering a range of drinks and meals deliv-





alimentos ya listos para el consumo –desde completas hasta platos de la cocina criolla–, cuentan con la cooperación de otros emprendimientos para el traslado de los alimentos. Uno de ellos es Madao. Esta empresa de mensajería trabaja para hacer llegar a los domicilios de los clientes toda clase de productos. Desde la comida de restaurantes como Mediterráneo Havana, Pazillo, La piccola, Rita&Champagne, El gelato y Betty Boom.

Otros emprendedores, sin embargo, han optado por ayudar al personal vulnerable y entregar de forma gratuita comida en cada casa que lo necesite. Se trata del restaurante Crystal, ubicado en la localidad habanera del Cotorro, quienes desde los primeros días de la confirmación del virus están entregando a los ancianos de esa localidad alimentos elaborados para ayudarlos a que no tengan que salir de sus hogares en busca de qué llevar a sus mesas.

En estos momentos se manifiesta la voluntad del Estado cubano de proteger al sector privado. La Ministra de Finanzas y Precios, Meisi Bolaños Weiss, declaró en días pasados que los titulares de los negocios privados que suspendan su actividad quedarán liberados del pago de los impuestos. Asimismo, agregó que a los servicios gastronómicos que continúan abiertos se les reducirá en un 50 por ciento el aporte de las cuotas tributarias mensuales. También se implementará la disminución a solo una cuota mínima en las cuentas bancarias fiscales. Y se detendrá el cobro de los créditos otorgados, los cuales serán reestructurados.

“OTROS EMPRENDEDORES, SIN EMBARGO, HAN OPTADO POR AYUDAR AL PERSONAL VULNERABLE”

“OTHER ENTREPRENEURS, HOWEVER, HAVE CHOSEN TO HELP VULNERABLE STAFF”

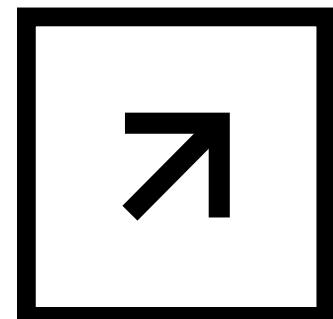


ered to your door. Now customers can enjoy the bar in their own homes. The drinks offered include a 40% discount on the bar prices and iconic snacks are also offered.

The AlaMesa app, which offers menus, addresses and contacts of restaurants and cafés throughout Cuba, has also implemented a home delivery service with payment available from abroad. The app offers the possibility of a wide range of home delivered meals, through cooperation with other ventures that are responsible for the deliveries. One of these businesses is Madao.

The Madao courier company works to deliver all kinds of products to customers' homes. From the food of restaurants such as Fuumiyaki, Gelato, Rita & Champagne, Rey & Gaby, to many others.

The venture has branched out, as together with Juanky's Pan, Madao is now helping to deliver food to vulnerable elderly people



in the municipality of Marianao. La Habana (Havana Electric Motorcycle Club), who have joined the initiatives of some private ventures to voluntarily offer food to vulnerable sectors of the population.

Other businesses have come up with similar initiatives. Crystal restaurant, in the municipality of Cotorro, also began delivering meals to the elderly of that area as soon as the virus arrived, so that they would not be forced to leave their homes in search of food.

With the suspension of public transport in the country, it is even more difficult to get to the businesses that still remain open, which is why home deliveries have become so popular. Electric motorcycles have become another solution to the crisis, and have joined the delivery efforts.

One example are the guys at the Club de Motos Eléctricas de

Globally, the courier business has prospered and has become one of the few ventures that has been able to continue in the face of government moves to close public premises. This new stage that the world is experiencing has shown that entrepreneurs, whenever they set their minds to it, will always find a way to get ahead and also contribute to society. Thinking up new alternatives that ensure the continued prosperity of your business and also those around you, is an option that has shown that working together can make us much better.

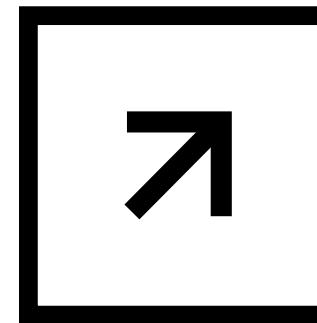
No dejes de la mano tus proyectos:
Busca la forma

S. BORGES
Cuban Design

f g i n p o
s.borgesdesign.com

COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

POR / BY: HÉCTOR GARCÍA TORRES



lenguaje y los enfoques. Llegar a las audiencias se vuelve un reto en medio de las fake news y la sobreabundancia de datos.

Desde Gerbet consideramos que una buena fórmula es planificar la comunicación en etapas: primero, mediante la reducción de riesgo de desastre a

través de temáticas informativas; otra de ellas sería respuestas durante la crisis, con contenidos sensibilizadores y mensajes de bien público; y posteriormente apoyar la recuperación social y emocional de la población afectada.

A pesar de que estas acciones parezcan “comunes” y sean más difíciles de notar por ser intangibles, hoy, nada como la comunicación puede aportar tanto a la comunidad y la sociedad en general. Esto se debe al protagonismo social y cultural, y a la función de guía e influencia que ejercen los comunicadores; que puede hacer mucho bien si obran con compromiso ante la comunidad, su bienestar y desarrollo.

Al mismo tiempo, el liderazgo y la responsabilidad de una empresa, no pasan desapercibidos por sus pares ni clientes. El resultado siempre será beneficioso a largo plazo, pues el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduce en mayor competitividad, mayor productividad y una sólida imagen pública.



“COMMUNICATIONS ARE AN INTANGIBLE AND EXTREMELY IMPORTANT ASSET IN THIS BATTLE AGAINST THE CORONAVIRUS”

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
AND COMMUNICA-
TIONS IN TIMES OF
CORONAVIRUS

ation, offering well-being, hygiene and healthy eating tips and advice. This is a pleasant, and even fun task.

However, communications in these circumstances are not simple, and require reflection on the sources, language and approach used. Reaching our audiences is a challenge in the midst of an abundance of fake news and an excess of information.

Here at Gerbet, we believe a good formula is to plan our communications in stages: first, through disaster risk reduction based on informative themes; next, using content that raises awareness and offers messages of public welfare as a response to the crisis; and finally, supporting the social and emotional recovery of the affected population.

Although these actions may appear “common” and are difficult to appreciate as they aren’t tangible, today, nothing like communications can offer so much to the community and society as a whole. This should be the leading social and cultural role, and the function that guides and influences all who work in communications; who can do a lot of good if they work with a commitment to their community, its welfare and devolvement.

At the same time, the leadership and responsibility of an enterprise do not go unnoticed by their peers or clients. The result will always be beneficial in the long term, as the positive impact these practices have on society translate to greater competitiveness, greater productivity and a solid public image.

El mundo ha sido puesto a prueba con la aparición y extensión del nuevo coronavirus; y nos ha hecho trabajar juntos, de una forma u otra, para vencerlo. El esfuerzo ha sido de todos, no solo del personal de la salud; también abundan las muestras de solidaridad y de conciencia colectiva o empresarial ante este desafío.

No solo el personal de salud tiene tareas. Al día de hoy muchas pequeñas y medianas empresas, restaurantes, emprendimientos y otros muchos negocios privados aportan su tiempo y recursos para paliar la situación. Algunos adaptando su modelo de negocio para llegar a las casas; otros, con las medidas necesarias para continuar su trabajo en condiciones seguras. Hay quienes hacen comida gratis para repartir, no pocos cosen y donan nasobucos... los ejemplos son muchos, y hablan muy bien de una sociedad que desea salir pronto de este bache.

Los anteriores son ejemplos de responsabilidad social empresarial, definida como la contribución al desarrollo humano sostenible a través del compromiso hacia la sociedad en general.

■ ¿Cuál es la responsabilidad de los emprendedores de la comunicación y tecnologías?

La mayoría de las personas no tiene tantas horas para leer la web, por tanto, quieren que se les diga veraz y rápidamente lo que necesitan saber. En respuesta, en tiempos de aislamiento social y situación epidemiológica atípica, los profesionales de la palabra tenemos el reto de generar contenidos útiles y de fácil entendimiento para todos.

La comunicación suma un bien intangible y a la vez extremadamente importante en la cruzada contra el coronavirus: crea conciencia, llama al buen obrar y aún más, informa y acompaña a los lectores. Las empresas que gestionan los perfiles de terceros en redes sociales tienen en sus manos canales de comunicación que ayudan a mantener orientados sobre la situación actual, dando tips de salud e higiene, de alimentación saludable y consejos; y todo esto de forma breve, agradable y, por qué no, divertida.

Comunicar en estas circunstancias tampoco es algo simple, es necesario un momento de reflexión para analizar las fuentes utilizadas, el

ENG
“LA COMU-
NICACIÓN
SUMA UN BIEN
INTANGIBLE
Y A LA VEZ
EXTREMADA-
MENTE IM-
PORTANTE EN
LA CRUZADA
CONTRA EL
CORONAVIRUS”

The world has been put to the test with the emergence and spread of the novel coronavirus. It has forced us to work together, in one way or another, to overcome it. This has taken the efforts of all, not just health workers; there have been many shows of solidarity and collective or business responsiveness in the face of this challenge.

It is not only health personnel who have to face this task. Today, many small and medium enterprises, restaurants, ventures and many other private businesses, are devoting time and resources to alleviating the situation. Some have adapted their business model to offer their services to people's homes; others, with the necessary measures to continue their work in safe conditions. There are those offering free meals; many who are sewing and donating face masks. The examples abound, and speak well of a society that wants to overcome this bad patch as soon as possible.

These are examples of corporate social responsibility, defined as the contribution to sustainable human development through a commitment to society as a whole.

What is the responsibility of information and communications technology entrepreneurs? ↗

The majority of people don't have much time to read online, and as such they want to be told what they need to know quickly and factually. In response to this atypical epidemiological situation and social isolation, those of us who work in communications have the challenge of generating useful and easily comprehensible content for all.

Communications are an intangible and extremely important asset in this battle against the coronavirus: raising awareness, calling for good acts, and informing and accompanying readers. The companies that manage third party profiles on social media have at their disposal communications channels that can help provide guidance on the current situ-

ENG

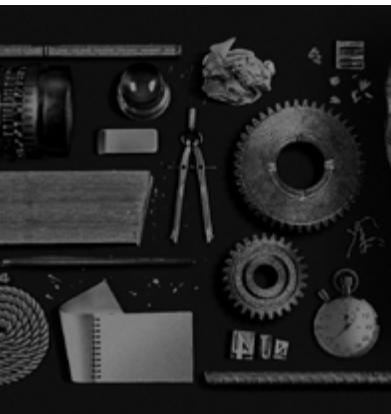
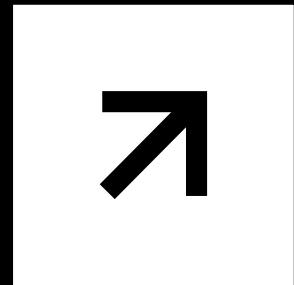
Estoy seguro que en esta cuarentena has escuchado mil veces que debes hacer algo productivo; que debes prepararte. He conversado con amigos que quieren estudiar y otros; que a pesar de saber lo importante que es estar listos para cuando todo regrese a la normalidad, en estos momentos solo desean ver Netflix y descansar. Por este motivo te recomiendo 5 series que todo emprendedor debería ver. Espero que las disfruten.

I am sure that during this quarantine, you have heard a thousand times that you must do something productive; that you should ready yourself. I have talked with friends who want to study, and others who, despite knowing how important it is to be ready for when everything returns to normal, right now they just want to watch Netflix and rest. For this reason, I recommend 5 series that every entrepreneur should see. I hope you enjoy them.

SERIES SOBRE EMPRENDIMIENTO QUE PUEDES VER EN CUARENTENA

SERIES ON ENTREPRENEURSHIP THAT YOU CAN WATCH UNDER LOCKDOWN

POR / BY: RIGO GARCÍA BERRIEL



01

ABSTRACT: THE ART OF DESIGN

Durante 8 episodios nos adentramos en las mentes de los diseñadores más innovadores. La serie explora el campo de la ilustración, la arquitectura, el diseño de interiores, la fotografía; toda una amplia gama de disciplinas en la que sus protagonistas se desenvuelven con gran creatividad. Es interesante escuchar sus experiencias desde la perspectiva personal. Una serie muy inspiradora para quienes pertenecen al mundo del arte y la creación, un puntapié inicial para entender cómo el diseño influye en nuestras vidas.

During 8 episodes, we delve into the minds of the most innovative designers. The series explores the fields of illustration, architecture, interior design, photography; a wide range of disciplines in which its protagonists operate with great creativity. It is interesting to hear their experiences from a personal perspective. A very inspiring series for those who belong to the world of art and creation, and a kick start to understand how design influences our lives.



02

GIRLBOSS

La serie, en tono de comedia bestseller autobiográfico cuenta la historia de Sophia Amoruso, una joven emprendedora que, en pocos años, logra salir de la quiebra y convertirse en una magnate de la moda. En sus 13 capítulos, Sophia relata cómo fundó Nasty Gal, un tienda online de ropa, zapatos y accesorios de segunda mano. Una serie divertida e interesante, aun cuando no hace alusión a los escándalos financieros y laborales en los que se vio envuelta la empresa en sus últimos años.

The series, in an autobiographical bestselling comedy tone, tells the story of Sophia Amoruso, a young entrepreneur who, in a few years, manages to emerge from bankruptcy and become a fashion magnate. In its 13 episodes, Sophia tells of how she founded Nasty Gal, an online store of second-hand clothing, shoes and accessories. A fun and interesting series, even though it does not allude to the financial and labor scandals in which the company was involved in its final years.



04

FACE TO FACE. DUELS (2014)

Esta serie recoge los enfrentamientos más feroces en la historia de la política del mundo de los negocios, la tecnología y el arte. La serie cuenta con 8 episodios pero en especial, a los emprendedores les recomiendo ver los siguientes: "Jobs vs Gates", "Puma vs Adidas" y "Pepsi vs Coca Cola".

This series brings together the fiercest confrontations in the history of business, technology and art. The series has 8 episodes, but I particularly recommend that entrepreneurs see the following: "Jobs vs Gates", "Puma vs Adidas" y "Pepsi vs Coca Cola".



03

MAD MEN

Es una serie ambientada en los 50 que relata los comienzos del mundo de la publicidad en Estados Unidos. El personaje principal, Don Draper, utiliza toda su astucia y creatividad para hacer crecer a la empresa dentro de un universo complejo, teñido de intereses personales y grandes sumas de dinero. Asimismo, se describe a través del resto de los personajes una realidad social que empieza a experimentar vertiginosos cambios.

This series set in the 1950s recounts the beginnings of the world of advertising in the United States. The main character, Don Draper, uses all his cunning and creativity to expand the company within a complex world, tinged with personal interests and large sums of money. Likewise, a social reality that begins to experience dizzying changes is described through the rest of the characters.



05

THE MEN WHO BUILT AMERICA

Una serie sobre los hombres que desarrollaron una audaz visión y crearon las grandes industrias que han sido la base del progreso: combustible, ferrocarril, acero, transporte, automóvil y las finanzas. Una serie en extremo inspiradora que muestra la necesidad de creer en uno y sobreponerse a las adversidades. Información extra: La puedes encontrar en YouTube.

A series about men who developed a bold vision and created the great industries that have been the foundation of progress: fuel, rail, steel, transportation, automobile, and finance. An extremely inspiring series that shows the need to believe in yourself and overcome adversity. Extra information: You can find it on YouTube.

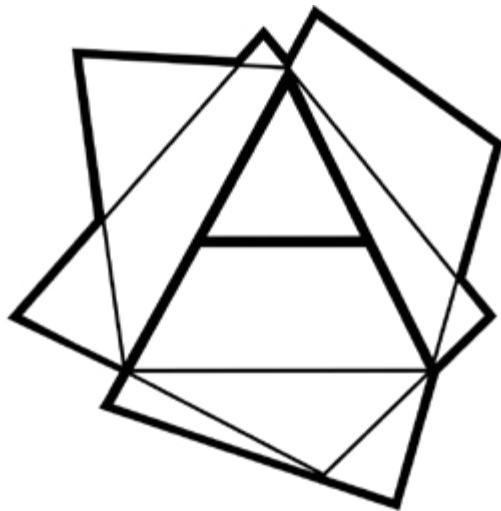


#quedateencasanegolucionario

mando

**Llevándote tus comidas
favoritas hasta la
puerta de casa**

5 917 02 74 & 7 203 20 78



ARTPRINT

IMPRIME TUS IDEAS

<|Pullovers-Jarras-Posters-Tarjetas de Presentación-Bolsas|>

<[T-shirt- Mugs -Posters- Business Cards- Bags](#)

Calle 9na No.4203 e/ 42 y 44. Playa
7 203 8123

