

• JÍBARO • LEGO • BAMBOOLEO • POLILLA 2.0 - HERE2START • TELEGRAM • PODCAST • CUENTAPROPISMO •

ES HORA DE HACER NEGOCIOS

negolution

WELCOME TO

OCT

HA BA NA



ISSUE
25

ISSUE

25

SUMARIO CONTENTS

LA ENTREVISTA THE INTERVIEW

deUS
EXPERTOS CONTABLES



CASO DE ÉXITO / SUCCESS STORY

08 Jíbaro: un proyecto gastronómico en armonía con el medio ambiente
Jíbaro: A gastronomic project in harmony with the environment

12 LEGO: la marca que se construyó pieza a pieza
LEGO: The brand that was built piece by piece

32 GREENBIZ
Absorbentes de bambú ganan terreno en Cuba
Bamboo straws gain ground in Cuba

PITCH

Una "Polilla 2.0" que come Instagram
"Polilla 2.0" making waves on Instagram

EMPREDIMIENTO SOCIAL

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
Festival Here2Start: una brújula para los negocios post Covid-19
Here2Start Fest: A guide to post-COVID-19 business

EN PORTADA / COVER
MARIO OTERO Y YOLEXIS RODRÍGUEZ
FOUNDERS OF MAYITO'S B&B



CALLE 60 #108 APTO 2 E/ 1^{RA} Y 1^{RA}A, 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

SERVICIO A DOMICILIO

DISFRUTA DESDE CASA

JUANKY'S PAN

SERVICIO A DOMICILIO
Juanky's Pan Marianao - 72610091
Juanky's Pan Playa - 72723909
Juanky's Pan La Lisa - 72718794
www.juankyspan.com
@juankyspan

HAMBURGUESAS • BATIDOS DE HELADO • PIZZAS • JUGOS NATURALES
ESPAQUETIS • ENTRANTES

Avenida 45 / 74 + 76 Marianao
72610091 - Todos los días las 24 HORAS!
Avenida 23A / 203 y 212 La Comerse La Lisa
72718794 - Todos los días de 12PM a 12AM
Calle 164 / 5ta y 1ra Rúa Rapido Fv
72723909 - Todos los días de 12PM a 12AM

Juanky's Pan

Smoothie

sumario

CONTENTS

OCTOBER

ISSUE 25

-
-
-
-
-

44 INBEST

Exportación del sector privado en Cuba, la ruta de lo posible
Private sector exports in Cuba:
A possible path

48 MARCA DIGITAL EN CUBA

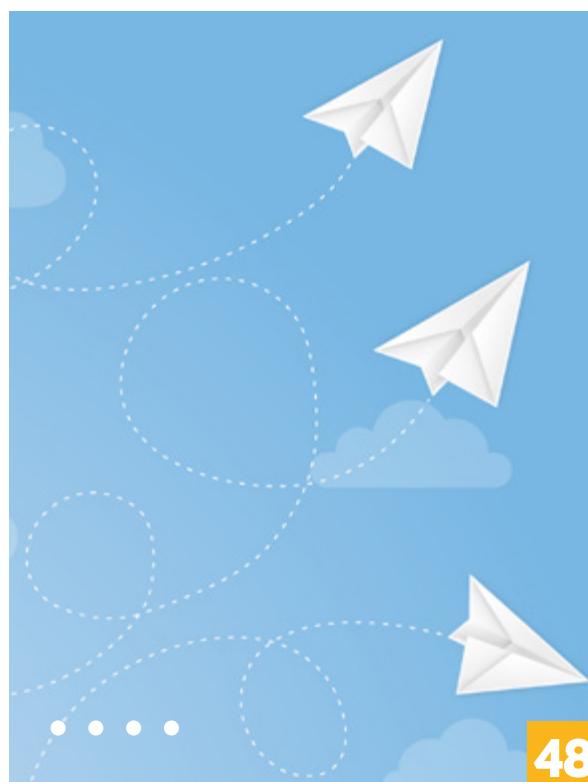
DIGITAL BRANDING IN CUBA
¿Cómo promover tu negocio en Telegram?
How to promote your business on Telegram?

52 LA COLUMNA

THE COLUMN
Cuentapropismo, COVID y estrategia económica
Self-employment, COVID-19 and economic strategy

56 BIZADVICE

4 Podcast para emprendedores
4 Podcast for entrepreneurs



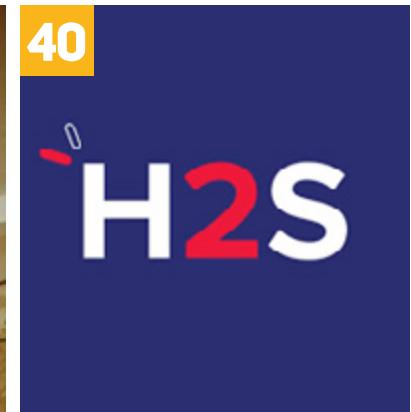
48



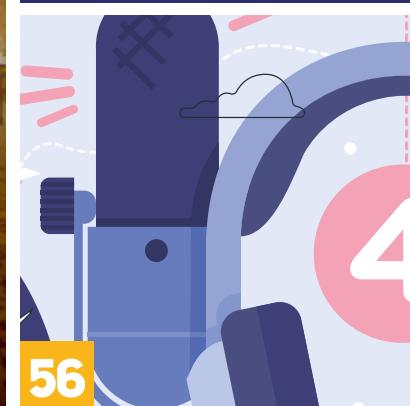
12



08



40



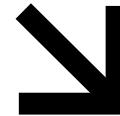
56



32

12

NEGOLU CIONARI OS



ES HORA DE HACER NEGOCIOS

Subscribe at : negolution@gmail.com

@negolution negolution

H

ola, espero que esta cuarentena no les haya hecho perder sus fuerzas. Me pregunto, ¿qué habrán hecho nuestros negolucionarios habaneros este último mes? Yo, no paré de trabajar. No tenía donde ir, ni a quién visitar, así que me enfoqué en trabajar y crear. La verdad se me fue volando este tiempo. Fue increíble. Al principio casi me deprimo, pero después los días pasaban y no sabía en qué día vivía; pero por otra parte, no me sentí mal. Cuando me agobiaba por el encierro hacía ejercicios, intenté al menos 3 veces por semana, y eso me ayudó a canalizar mi ansiedad.

Lesuento que últimamente estoy muy contenta, veo que televisan cada vez más ejemplos de encadenamientos productivos entre el sector Estatal y Privado. Se ha confirmado que pronto tendremos una Ley de Pequeñas y Medianas Empresas; y algo que creo que pasará con más premura, es la aparición del listado de las actividades no autorizadas al Trabajo por Cuenta Propia. Algo que llevábamos solicitando hace años; así que felicidades negolucionarios porque su voz sí se escucha.

Este número les traemos, como siempre, muchas historias interesantes y divertidas, especialmente nuestro caso de éxito internacional que habla de LEGO. Esta empresa que hoy es un imperio, ha permitido que tanto niños, jóvenes como adultos coleccionistas o no, creen mundos y universos increíbles con estas pequeñas piecitas. Un pasatiempo que en contextos de Coronavirus puede hacernos más que felices.

También le hablamos de Jíbaro, un concepto revolucionario en la gastronomía. Estos muchachos vinieron a comerse La Habana y no pararán hasta que lo consigan. Les presentamos a Polilla 2.0 una divertida iniciativa para aprender y recordar frases, que además no para de sorprendernos con su ingenio. Por supuesto, nuestros consejos de cómo promover tu negocio en Telegram llegan de la mano de los muchachos de Gerbet. Esta red social gana terreno en Cuba y es una alternativa que no podemos dejar atrás, ya que es super útil sobre todo a la hora de compartir información.

Por último, les cuenta de nuestra portada, un muchacho que junto a su familia ha creado espacios Airbnb acogedores, cálidos y muy bien emplazados, para hacer sentir a sus clientes en el mejor lugar del mundo cuando nos visitan.

Mucho más podrás encontrar en este número, pero queremos, Negolucionario que seas tú quien descubras las demás historias. No se las pierdan, saquen un rato de sus ajetreados días para leerlos, que no dejarán de aprender.

ENG

Hello, I hope this quarantine hasn't made you lose your strength. I wonder what our Havana negolucionaries have done this past month?

Me, I didn't stop working. I had nowhere to go, no one to visit, so I focused on working and creating. The truth is the time flew past for me. It was unbelievable. At first I was almost depressed, but then the days went by and I began to lose track of them; but on the other hand, I didn't feel bad. When I was overwhelmed by the confinement, I tried to exercise at least three times a week, and that helped me channel my anxiety.

I can tell you that lately I am very happy, as I have noted increasing examples of productive linkages between the State and private sectors being televised. It has been confirmed that soon we will have a Law on Small and Medium Enterprises; and something that I believe will happen with more urgency is the appearance of the list of activities in which self-employment is not authorized. Something that we have been requesting for years; so congratulations negolucionaries, because your voice is being heard.

As always, this issue brings you many interesting and enjoyable stories, especially our international success story about LEGO. The company, which today is an empire, has allowed children, young people and adults, collectors or not, to create incredible worlds and universes with these little pieces. A hobby that in coronavirus contexts can make us more than happy.

We also talk about Jíbaro, a revolutionary concept in gastronomy. These guys came to eat up Havana and they won't stop until they manage it. We present you with Polilla 2.0, a fun initiative to learn and remember popular phrases, which also never ceases to surprise us with its ingenuity. Of course, our advice on how to promote your business on Telegram comes from the guys at Gerbet. This social network is gaining ground in Cuba and is an alternative that we cannot ignore, since it is super useful, especially when it comes to sharing information.

Finally, our cover features a guy who, together with his family, has created welcoming, warm and very well located Airbnb spaces, to make his clients feel like they are in the best place in the world when they visit us.

You'll find much more in this issue, but we want you, our negolucionaries, to be the ones to discover the other stories. Don't miss them – take a break from your busy day to read us, I promise you won't stop learning.

POR / BY: MARTA DEUS



El Bar-Restaurante Jíbaro, fundado en 2017, abrazó el propósito principal de reducir la mayor cantidad de elementos desechables, mediante el empleo de posavasos y doyles reciclados, absorbentes de acero inoxidable y la reutilización de todos los objetos de vidrio.

El espacio, ubicado en el corazón de la Habana Vieja, recibe excelentes comentarios y la máxima puntuación en diversidad de opciones culinarias, servicio y relación calidad/precio. También resalta por el cumplimiento de sus metas iniciales: éxito financiero, impacto positivo en la comunidad e implementación gradual y constante de prácticas de trabajo sostenibles y amigables con el medio ambiente.

Una de estas iniciativas es su proyecto “Jibareando”, concebido a los seis meses de abrir el negocio y destinado a los niños de la comunidad, con la confección de manualidades, juegos y actividades relacionadas con la incorporación del reciclaje en la vida cotidiana.

“Somos, además, profesores del proyecto comunitario Artecorde, en su modalidad de cantina, dedicado a jóvenes con interés de trabajar detrás de la barra. Desarrollamos, asimismo, el primer menú de cocteles sin alcohol y el primer menú de cocteles que elabora de manera artesanal y natural 85 por ciento de sus productos”, explica a Negolution, Diana Figueroa del Valle, una de las dueñas de Jíbaro.

Formada como Ingeniera en Tecnologías Nucleares y Energéticas, Diana recuerda que junto a su esposo David Roque, Licenciado en Administración de negocios, compró el inmueble en La Habana Vieja en 2015; y tras dos años de renovación, restauración y diseño de interiores abrieron el bar- restaurante al público nacional y foráneo.

“Nos propusimos hacer las cosas de manera diferente: preparación, estudio e inversión en profesionales con ganas de aprender. Gracias a ello, hemos formado un equipo de trabajo que se esfuerza constantemente en mejorar la experiencia de nuestros jibaritx, denominación con la cual identificamos a la comunidad de clientes, muchos de los cuales funcionan como embajadores de la marca”, expresa.

Asegura, de igual manera, que desde el comienzo de la “nueva realidad” impuesta por la pandemia de la Covid-19, impulsaron las tareas del Tahona Society Award, un concurso internacional que premia la labor enfocada en la sustentabilidad, sostenibilidad y el desarrollo comunitario.

ENG

Jíbaro Bar-Restaurant, founded in 2017, embraced the key aim of reducing its use of as many disposable items as possible, through the use of recycled coasters and doylies, stainless steel straws and the reuse of all glass objects.

The space, located in the heart of Old Havana, has received excellent reviews and the highest score for its range of culinary options, service and value for money. It also stands out for the fulfillment of its initial goals: financial success, a positive impact on the community, and the gradual and constant implementation of sustainable and environmentally friendly work practices.

One of these initiatives is the “Jibareando” project, conceived six months after opening the business and aimed at children in the local community, with the creation of handicrafts, games and activities related to the incorporation of recycling in daily life.

“We are also teachers of the Artecorde community project, in its bar mode, dedicated to young people interested in working behind the bar. We also developed the first menu of alcohol-free cocktails and the first menu of cocktails using products that are 85% natural and handmade,” Diana Figueroa del Valle, one of the owners of Jíbaro, explains to Negolution.

Trained as a Nuclear and Energy Technologies engineer, Diana recalls that together with her husband, David Roque, who has a degree in Business Administration, she bought the property in Old Havana in 2015; and after two years of renovation, restoration and interior design they opened the bar-restaurant to the national and international public.

“We set out to do things differently: training, study and investment in professionals with a desire to learn. Thanks to this, we have formed a work team that constantly strives to improve the experience of our ‘jibaritx’ – a name by which we identify our community of clients – many of whom function as brand ambassadors,” she explains.

Diana also assures that since the beginning of the “new reality” imposed by the COVID-19 pandemic, they have promoted the tasks of the Tahona Society Award, an international contest that rewards work focused on





Jíbaro fue seleccionado dentro de los finalistas en ese certamen donde participaron, por primera vez, emprendedores cubanos. De igual manera, mantuvieron su objetivo de co-working de Jíbaro y Conbac, este último un proyecto promovido de conjunto con otros 7 emprendimientos para los amantes de la mixología y que impulsa la creación de coctelería craft y de autor.

Establecieron alianzas con emprendimientos y empresas del ámbito nacional e internacional y, muestra de ello, fue el artículo de David Roque publicado en Difford's Guide en su sección de emprendimientos durante la pandemia, que generó una donación en metálico para la Asociación de Cantineros de Cuba.

En esa publicación, afirma Roque que se han convertido en un pequeño laboratorio a través del desarrollo de una línea de mezcladores artesanales sostenibles y de mínimo desperdicio, imprescindibles en sus cocteles y platos y con una demanda externa propia.

“Nuestros clientes abarcan todo el espectro: desde eventos, concursos y campañas promocionales de marcas de bebidas espirituosas, hasta bares pequeños y medianos, interesados en servir más que mojitos y daiquiris, pero cuyas demandas e identidades les impiden agilizar sus propios productos”, argumenta.

Diana Figueroa comenta que otras estrategias fueron la búsqueda de herramientas para potenciar el servicio a domicilio y “la creación de un menú dinámico que se adapte a la situación actual y a las exigencias de nuestros jibaritxos. Entre ellos, el viernes temático a domicilio y el sábado románticón”.

“NUESTROS CLIENTES ABARCAN TODO EL ESPECTRO”

“OUR CLIENTS
COVER THE ENTIRE
SPECTRUM”



sustainability and community development.

Jíbaro was selected among the finalists in the contest, which for the first time saw the participation of Cuban entrepreneurs. Similarly, Jíbaro has maintained its co-working concept with Conbac, a project jointly promoted with 7 other enterprises for lovers of mixology, which promotes the creation of craft and signature cocktails.

The venture has established alliances with national and international enterprises. For example, an article by David Roque was published in Difford's Guide,

Su destreza y calidad en la preparación de platos de la cocina cubana tradicional y recetas internacionales novedosas en el país, los hizo merecedores del premio a la originalidad en el primer concurso de Rutas de Tapas de La Habana Vieja.

“Tenemos la suerte de hacer algo que amamos y, aunque aún nos resta mucho por recorrer, nos consideramos exitosos porque hemos ido cumpliendo los objetivos que perseguimos con la fundación de Jíbaro”, concluye.

• • •

in its section on bar enterprises during the pandemic, which generated a cash donation for the Cuban Bartenders Association.

In the article, Roque states that they have become a small laboratory through the development of a line of sustainable and minimum waste artisan mixers, essential in their cocktails and dishes, and with their own external demand.

“Our clients cover the entire spectrum: from events, contests and promotional campaigns for spirits brands, to small and medium sized bars interested in serving more than mojitos and daiquiris, but whose demands and identities prevent them from streamlining their own products,” he argues.

Diana Figueroa comments that other strategies used were the search for tools to promote the home delivery service and “the creation of a dynamic menu that adapts to the current situation and the demands of our jibaritxos. Among them, the thematic ‘Friday at Home’ and ‘Romantic Saturday’.”

The skill and quality in the preparation of traditional Cuban dishes and international recipes that are new to the country made them worthy of the prize for originality in the first Tapas Route Competition in Old Havana.

“We are lucky to do something we love and, although we still have a long way to go, we consider ourselves successful because we have been fulfilling the objectives we pursued with the founding of Jíbaro,” she concludes.

Ofertas

(+53) 7 833 79 39

No. 1 \$20

25 Piezas de sushi
5 piezas de Rollitos primavera
12 Ricepaper rolls

No. 2 \$10

Arroz frito para
4 personas

No. 3 \$25

20 Piezas de sushi
6 Rollitos primavera
16 Yakitoris

No. 4 \$20

6 Gyouzas
6 Rollitos primavera
12 Ricepaper rolls

No. 5 \$20

12 Yakitoris
6 Rollitos primavera
12 Ricepaper rolls

Menú

(+53) 5 283 21 88

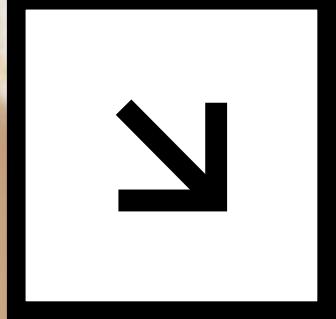
Ropa vieja	6.00
Fajitas de cerdo en salsa tomkatsu ..	8.00
Camarón flameado	9.00
Filete de pescado	8.00
Teriyaki de camarón	8.00
Teriyaki de cerdo	7.00
Teriyaki de pollo	6.00
Teriyaki de langosta	10.00
Tempura de camarón	10.00
Tempura de pescado	9.00
Tempura de pollo	8.00
Tempura de langosta	12.00

Todos los platos salen con arroz frito de ajo, vegetales salteados y rollitos primavera



**FU
MI
YA
KI**

RESTAURANTE
- JAPONÉS -



LEGO

POR / BY: LISANDRA ANDRÉS COTS

The brand that was
built piece by piece

LA MARCA QUE
SE CONSTRUYÓ
**PIEZA
A PIEZA**

LA HISTORIA DEL TERCER MAYOR FABRICANTE DE JUGUETES DEL MUNDO TIENE CASI 90 AÑOS, PERO SU PRINCIPIO DE FUNDACIÓN SE MANTIENE INTACTO HASTA HOY, INSPIRANDO CADA VEZ A MÁS GENERACIONES: “CON IMAGINACIÓN TODO SE PUEDE”

THE THIRD LARGEST TOY MANUFACTURER IN THE WORLD IS ALMOST 90 YEARS OLD, BUT ITS FOUNDING PRINCIPLE REMAINS INTACT TO THIS DAY, INSPIRING MORE AND MORE GENERATIONS, AS “ANYTHING IS POSSIBLE WITH A LITTLE IMAGINATION.”

LEGO ha recorrido un largo camino. Sus inicios fueron en un pequeño taller de carpintería danesa hasta convertirse en una gran multinacional. Actualmente ocupa una de las principales posiciones mundiales en ventas entre los fabricantes de juguetes.

La marca fue fundada en 1932 por Ole Kirk Christiansen; y hasta 1949 se dedicó casi exclusivamente a producir juguetes de madera. Su nombre es la abreviatura de dos palabras danesas, leg godt, cuyo significado es “jugar bien”. El brick LEGO es su producto más importante, todo un ícono a nivel internacional, motivo por el que la empresa ha recibido en dos ocasiones el galardón de “juguete del siglo”.



LEGO has come a long way. It started out as a small Danish carpenter's workshop and has grown into a huge multinational. Today it is one of the world's leading toy manufacturers.

The brand was founded in 1932 by Ole Kirk Christiansen; and until 1949 it was almost exclusively dedicated to producing wooden toys. Its name is an abbreviation of two Danish words, "leg godt," which means "play well." The LEGO brick is its most important product, an international icon, which is why the company has twice received the "Toy of the Century" award.

It all started in 1932, in Billund, Denmark, when carpenter Ole Kirk Christiansen decided to start again and set up a wooden toy workshop, following the bankruptcy of his business and the death of his

CON EL PASO DE LOS AÑOS, SUS PRODUCTOS HAN IDO EXPERIMENTANDO DIVERSAS EVOLUCIONES,

OVER THE YEARS, LEGO PRODUCTS HAVE
UNDERGONE SEVERAL EVOLUTIONS

wife, Kristine. In 1934, he named it LEGO.

With the Great Depression raging through Europe, Ole had to reduce his production costs, as people barely had money to buy furniture, build or remodel their homes. This made him focus on smaller projects, making miniature versions of his products as samples. These models inspired him to start producing new toys.

Eight years later his factory burned down, leading to the total loss of the business. So once again, Ole started from scratch, this time making not only wooden but also plastic toys. It was in 1949 that he dedicated himself exclusively to the latter material.

Over the years, LEGO products have undergone several evolutions, but always maintaining the essence based on the traditional and nostalgic LEGO brick. It's the perfect starting block for children all over the world, to stimulate their imagination and build their own toys, thus generating a game system made up of cities, buildings, streets, characters, animals and different transport vehicles.

When it was first created, the pieces were yellow, but today

Todo comenzó en 1932, en Billund, Dinamarca, cuando el carpintero Ole Kirk Christiansen, tras la quiebra de su negocio y la muerte de su esposa Kristine, decidió comenzar de nuevo y montar un taller de juguetes de madera, al cual en 1934 denomina LEGO.

Con la Gran Depresión haciendo estragos por Europa, Ole tuvo que reducir sus costes de producción, ya que la gente apenas tenía dinero para comprar muebles, construir o remodelar sus casas. Esto le hizo centrarse en proyectos más pequeños, haciendo versiones en miniatura de sus productos a modo de muestra. Dichos modelos le inspiraron para comenzar a producir juguetes.

Ocho años más tarde la fábrica se incendió ocasionando la pérdida total del negocio, así que una vez más Ole volvió a arrancar, esta vez, no solo fabricando juguetes de madera sino también de plástico. Fue en 1949 cuando se dedicó exclusivamente a este último material.

Con el paso de los años, sus productos han ido experimentando diversas evoluciones, pero siempre manteniendo su esencia fundamentada en el tradicional y nostálgico brick LEGO. Es el insumo perfec-





“CUANDO SE CREÓ, LAS PRIMERAS PIEZAS ERAN A COLOR AMARILLO, PERO HOY EXISTEN VARIOS FORMATOS Y COLORES. LA EMPRESA MANTIENE UNA CONSTANTE DINÁMICA DE RENOVACIÓN”

to para que niños de todo el mundo estimulen su imaginación y puedan construir sus propios juguetes, generando así un sistema de juego conformado por ciudades, edificios, calles, personajes, animales y diferentes vehículos de transporte.

Cuando se creó, las primeras piezas eran a color amarillo, pero hoy existen varios formatos y colores. La empresa mantiene una constante dinámica de renovación, pero siempre enfocada en sus valores fundacionales. Para ello, sus directivos no paran de desarrollar acciones de marketing que van desde, el lanzamiento de revistas infantiles, libros o numerosos retoques corporativos, hasta la creación de una web en la que los clientes pueden realizar sus propios diseños y luego adquirir todas las piezas necesarias para la construcción de estos modelos.

Actualmente, LEGO sigue siendo un negocio familiar que ofrece al mercado miles de motivos en su sistema de juegos. Entre ellos temáticas dedicadas al espacio, los vikingos, los piratas, los castillos medievales, los dinosaurios, las ciudades; diversos destinos turísticos; películas como Star Wars, Harry Potter, Indiana Jones o Los Cazafantasmas; entre muchos otros. Así mismo el grupo, además de sus parques temáticos Legoland, y sus famosas cajas de juego, ofrece hoteles alrededor del mundo.

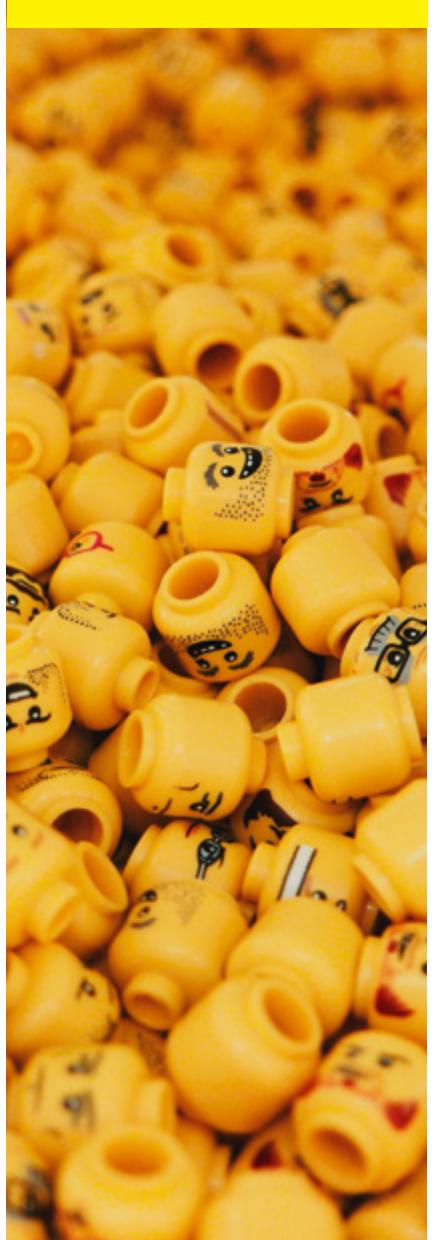
Una de sus grandes y primeras acciones de marketing a gran escala fue

there are several formats and colors. The company maintains a constant innovative dynamic, but always focused on its founding values. As such, its directors never cease to develop new marketing actions, ranging from launching children's magazines, books or numerous new corporate touches, to the creation of a website where customers can make their own designs and then acquire all the necessary pieces for the construction of these models.

Currently, LEGO continues to be a family business that offers the market thousands of motifs in its game system. Among them are themes dedicated to Space, Vikings, pirates, medieval castles, dinosaurs, cities; various tourist destinations; films such as Star Wars, Harry Potter, Indiana Jones or Ghostbusters; among many others. Likewise, in addition to its Legoland theme parks, and its famous game boxes, the group offers hotels around the world.

One of the brand's greatest and first large-scale marketing actions was precisely the opening of Legoland in Denmark, which exceeded 625,000 visitors in its first season. On a business level, it continues to demonstrate its great potential with huge sales success. In 2012, for example, LEGO's net profit reached 752 million euros, 35% more than in the previous year, a figure that continues to increase annually.

Undoubtedly, LEGO offers a world full of imagination, creativity and inspiration, which even in recent years is having a significant influence within some business processes through the Lego Serious Play method - a technique that encourages reflection, communication and problem solving, which can be used by organizations, teams and individuals in general.



“WHEN IT WAS FIRST CREATED, THE PIECES WERE YELLOW, BUT TODAY THERE ARE SEVERAL FORMATS AND COLORS. THE COMPANY MAINTAINS A CONSTANT INNOVATIVE DYNAMIC”



• • •

CASO DE ÉXITO / SUCCESS STORY

"ACTUALMENTE, LEGO SIGUE SIENDO UN NEGOCIO FAMILIAR QUE OFRECE AL MERCADO MILES DE MOTIVOS EN SU SISTEMA DE JUEGOS"

precisamente la apertura de Legoland en Dinamarca que superó los 625 mil visitantes en su primera temporada. A nivel de negocio, sigue demostrando su gran potencial con un gran éxito de ventas. En 2012, por ejemplo, su beneficio neto alcanzó los 752 millones de euros, un 35% más que en el año anterior, cifra que continúa incrementándose cada año.

Sin duda, se trata de un juego lleno de imaginación,

creatividad e inspiración, que incluso en los últimos años está teniendo una notable influencia dentro de algunos procesos empresariales con el método Lego Serious Play, una técnica que favorece la reflexión, la comunicación y la resolución de problemas, que puede ser utilizado por organizaciones, equipos de trabajo y personas en general.



"CURRENTLY, LEGO CONTINUES TO BE A FAMILY BUSINESS THAT OFFERS THE MARKET THOUSANDS OF MOTIFS IN ITS GAME SYSTEM."



negolution
fotografía STYLING / INTERIORES / EVENTOS

A photograph of a woman with curly hair, wearing a dark blue sleeveless dress, sitting on a dark leather couch. She is looking off to the side with her hand resting near her chin. In the background, there is a tall wooden cabinet with glass doors displaying various items, and a clear vase on a surface holding several yellow flowers. On the left, there is promotional text for "S.BORGES Cuban Design".

Todo es según el
Color del Cristal
con que se mira

S.BORGES
Cuban Design
s.borgesdesign.com

PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
X10 FOTOS \$50	X20 FOTOS \$80	X40 FOTOS \$130	X80 FOTOS \$250

Las imágenes se entregan editadas

A photograph of a white bowl filled with a hearty soup. The soup contains chunks of meat, vegetables, and arugula leaves. The bowl is placed on a light-colored surface.

CONTÁCTENOS:
5 268 4630 / 5 4214112

SENTIR LA LA HABANA COMO UN LOCAL

POR / BY: LESTER UPIERRE RODRÍGUEZ

f **o** @mayitobnb

PHOTO: IRENE PÉREZ

Feel Havana like a local

"EMPEZAMOS A TRABAJAR CON FOTÓGRAFOS PROFESIONALES Y NOS FUIMOS NUTRIENDO DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE AIRBNB"

"WE STARTED WORKING WITH PROFESSIONAL PHOTOGRAPHERS AND LEARNT FROM AIRBNB'S GOOD PRACTICES"

ENG

Esfuerzo y pasión definen claramente el camino de Mario Otero, Yolexis Rodríguez y su negocio Mayito's B&B. Sobre el esfuerzo les puedo contar, pero la pasión se ve y vive en cada uno de los apartamentos que administran. La personalidad espontánea y desenfadada de Mario, las ganas de compartir sus conocimientos con personas de otros países y su paso por la carrera de Turismo, lo llevaron a ver en el sector del alojamiento su espacio perfecto para emprender; pero cómo.

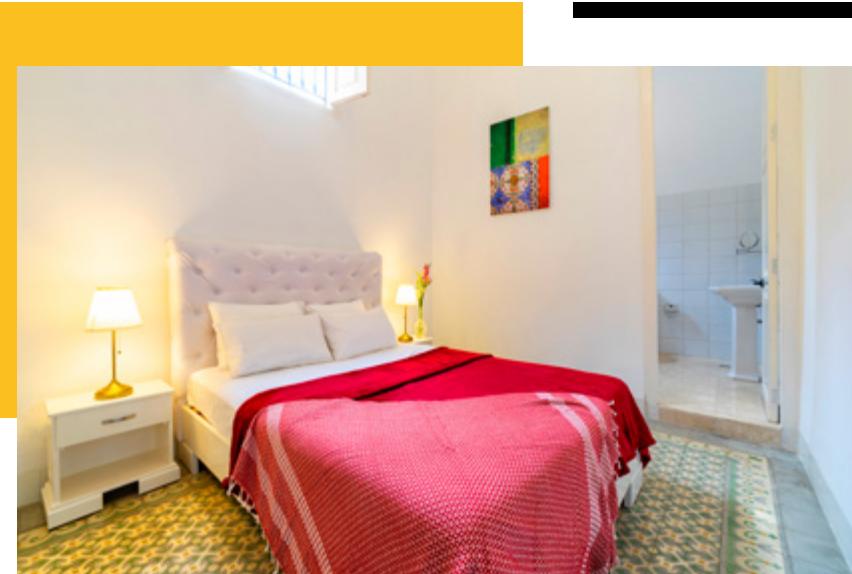
El primer proyecto se materializó gracias a todos sus ahorros, dinero que, junto al conseguido trabajando en una agencia de viajes, volcó en el apartamento de su padre y luego un año de renovaciones, mejoras y de gestionar otra vivienda desde cero junto a Yolexis, su esposa, dieron el salto a Airbnb. Tras un éxito repentino visualizaron su experiencia como un negocio y se enfocaron en convertirse en un property managers.

Si al inicio supusieron que más casas equivaldrían a más ingresos, la práctica les

Effort and passion clearly define the path of Mario Otero, Yolexis Rodríguez and their business Mayito's B&B. I can tell you about the effort, but the passion can be seen and experienced in each of the apartments they manage. Mario's spontaneous and carefree personality, the desire to share his knowledge with people from other countries, and his degree in Tourism led him to see the accommodation sector as the perfect place to start a business; but how?

The first project emerged thanks to all his savings; money that, together with the money he earned working in a travel agency, he poured into his father's apartment. After a year of renovations and improvements, and the same with another apartment, from scratch, together with his wife, Yolexis, Mario made the leap to Airbnb. Following their rapid success, they envisaged their experience as a solid business and focused on becoming property managers.

If at first they assumed that more houses would



demostró que la calidad, el compromiso y la atención a los detalles debían primar por encima de la cantidad. Una vez que Yolexis, como profesional de la información, se encargó de sentar las bases estratégicas y de los procesos del negocio para trabajar de manera estandarizada, decidieron establecerse en un círculo familiar ceñido a pautas propias y a requerimientos básicos internacionales.

¿Cuál ha sido la evolución desde esos primeros pasos?

“Empezamos a trabajar con fotógrafos profesionales y nos fuimos nutriendo de las buenas prácticas de Airbnb”, cuenta Yolexis. “Cuando el apartamento del papá de Mario en Infanta y San Lázaro estuvo listo, lo agregamos a nuestro perfil de Airbnb y las reseñas de 5 estrellas aumentaron exponencialmente. Tras obtener la categoría de Superhost, comenzamos a gestionar otras propiedades hasta llegar a las diez actuales”.

“Como ha sido un proceso paulatino, hemos ido ganando en experiencia. Damos un servicio espectacular de referencia al cliente; desde que nos contacta le enviamos unas guías con tips sobre Cuba, cómo funciona nuestro país, los restaurantes que le recomendamos y una serie de actividades que estamos en disposición de coordinárselas si ellos

mean more income, practice showed them that quality, commitment and attention to detail should take precedence over quantity. Once Yolexis, as a communications professional, took charge of laying the strategic foundations and business processes, they decided to establish themselves in a family circle following their own guidelines and basic international requirements.

How has the venture evolved since those first steps?

“We started working with professional photographers and learnt from Airbnb’s good practices,” Yolexis notes. “When Mario’s father’s apartment on Infanta and San Lazaro streets was ready, we added it to our Airbnb profile and the 5 star reviews increased exponentially. After obtaining Superhost status, we started managing other properties until we reached the current ten.”

“As it’s been a gradual process, we have been gaining experience along the way. We offer a spectacular reference service to the client; from the moment they contact us we send them some guides with tips about Cuba, how our country works, the restaurants we recommend and a series of activities that we are in a position to coordinate if they wish,” all this maintaining constant contact, from long before they arrive in the country.

“COMO HA SIDO UN PROCESO PAULATINO, HEMOS IDO GANANDO EN EXPERIENCIA. DAMOS UN SERVICIO ESPECTACULAR DE REFERENCIA AL CLIENTE; DESDE QUE NOS CONTACTA LE ENVIAMOS UNAS GUÍAS CON TIPS SOBRE CUBA”

“AS IT’S BEEN A GRADUAL PROCESS, WE HAVE BEEN GAINING EXPERIENCE ALONG THE WAY. WE OFFER A SPECTACULAR REFERENCE SERVICE TO THE CLIENT; FROM THE MOMENT THEY CONTACT US WE SEND THEM SOME GUIDES WITH TIPS ABOUT CUBA”



• • •
“CON MUCHA MODESTIA Y TRABAJO
HEMOS LOGRADO CREARNOS UNA
CIERTA CREDIBILIDAD E IMAGEN DE
ÉXITO EN NUESTRO SECTOR”

“WITH A LOT OF MODESTY AND WORK, WE
HAVE MANAGED TO CREATE A CERTAIN
CREDIBILITY AND IMAGE OF SUCCESS IN
OUR SECTOR”



Apartamento de Oscar “Perfect View”
Oscar’s Perfect View Apartment

desean”, todo esto manteniendo contacto constante, incluso, desde mucho antes de que lleguen al país.

¿Cómo se manejan diez locales al mismo tiempo?

Según explica Mario, él está a cargo de las operaciones; “estoy lo mismo con el mantenimiento que supervisando, recibiendo o despidiendo clientes, o haciéndole frente a cualquier problema. Ella (Yolexis) atiende el tema de oficina, las coordinaciones, las llamadas, responde a los clientes y gestiona la retroalimentación. Además, como hemos crecido un poco, tenemos dos managers, quienes también tienen licencia de gestión de alojamiento, las encargadas de la limpieza y lavandería, una por cada espacio, y los propietarios de las casas, quienes nos apoyan en cualquier asunto, queja del cliente o sugerencia para mejorar”, porque cuando suman a alguien al equipo siempre se enfocan en la calidad humana, la educación, el respeto y el nivel de compromiso con la actividad.

“En nuestro negocio es muy fácil monitorear el buen funcionamiento del proceso, porque Airbnb tiene un sistema de evaluaciones y reseñas bien particionado, lo que nos permite saber dónde hay un fallo, y cuando alguna categoría no tiene cinco estrellas sabes que hay un problema, entonces es muy fácil reunirnos con el dueño o comunicarnos con el cliente y de inmediato atacamos el problema”.

“Con mucha modestia y trabajo hemos logrado crearnos una cierta credibilidad e imagen de éxito en nuestro sector. Nosotros mismos supervisamos la renovación de varias propiedades, y ya tenemos identificado un equipo de trabajadores por cuenta propia de la construcción con los que siempre manejamos todas las reparaciones y el mantenimiento, y están bien comprometidos con nosotros porque le damos trabajo casi todo el año”.

¿Por qué transmitir la experiencia de un ciudadano local a los visitantes?

“Siempre ha sido una máxima para nosotros mostrarle a los clientes la Cuba real a través de nuestros ojos”, explica Mario. “Sabemos todas las carencias, problemas y dificultades que hay en este

“SABEMOS TODAS LAS CARENCIAS, PROBLEMAS Y DIFICULTADES QUE HAY EN ESTE PAÍS, PERO SIN MENTIRLE A LOS CLIENTES TRATAMOS DE TRANSMITIRLE LA ENERGÍA Y EL OPTIMISMO DE LOS CUBANOS”

How do you manage ten accommodations at the same time?

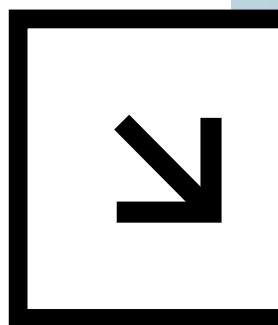
As Mario explains, he is in charge of operations; “I deal with everything from maintenance to supervising, receiving or seeing off our guests, or dealing with any problems. She (Yolexis) takes care of office issues, coordination, calls, responds to clients and manages feedback. In addition, as we have grown a little, we have two managers, who also have a license to manage accommodation, those in charge of cleaning and laundry, one for each space, and the owners of the houses, who support us with any issue, customer complaint or suggestion for improvement,” as when they add someone to the team they always focus on human quality, education, respect and their level of commitment to the activity.

In our business, it is very easy to monitor the good functioning of the process, because Airbnb has a well-defined system of evaluations and reviews, which allows us to know where there is an oversight. And when a category does not have five stars you know that there is a problem, so it is very easy to meet with the owner or communicate with the guest and immediately address the problem.

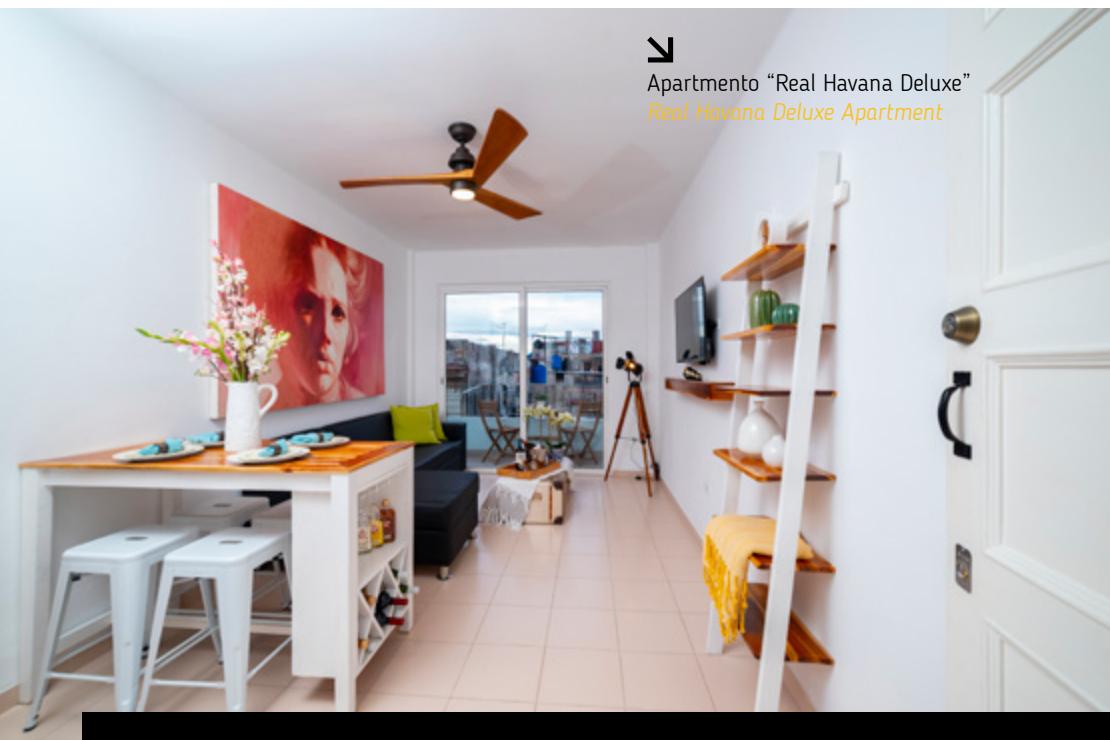
With a lot of modesty and work, we have managed to create a certain credibility and image of success in our sector. We oversee the renovation of several properties ourselves, and we have already identified a team of self-employed construction workers with whom we always handle all repairs and maintenance, and who are very committed to us because we give them work almost year-round.”

Why try to convey the experience of a local to visitors?

“It has always been a principle for us to show customers the real Cuba, through our eyes,” Mario explains. “We know all the shortcomings, problems



↗ Balcón del apartamento Real Havana Luxury
Real Havana Luxury Apartment's Balcony



↗ Apartamento “Real Havana Deluxe”
Real Havana Deluxe Apartment

and difficulties that exist in this country, but without lying to our guests, we try to transmit the energy and optimism of Cubans. We like them to take away the reality of Cuba, all this contrasted with high standard quality in our properties, since they are in a very authentic and modest area.” To this we must add that they share the places they like to visit with clients, provide them with a cell phone in each apartment to communicate with the staff at any time, and the taxi drivers recommended by the business speak English, as well as offering classic, highly comfortable American cars.

Which is your main customer sector, and what do they experience here?

“In our marketing strategy, the couples and family segments are clearly defined, because they are the ones we believe we can offer the greatest value to. For a young couple or a family, we like to give them surprises, like a kind of honeymoon or quality time for those who come with their children. We go out together to eat, we have breakfast together, we go to discos,” Mario notes. “When they let us know they are coming for someone’s birthday, or a honeymoon or anniversary, we always have a gesture at check-in, in accordance with the event, and

“WE KNOW ALL THE SHORTCOMINGS, PROBLEMS AND DIFFICULTIES THAT EXIST IN THIS COUNTRY, BUT WITHOUT LYING TO OUR GUESTS, WE TRY TO TRANSMIT THE ENERGY AND OPTIMISM OF CUBANS”

país, pero sin mentirle a los clientes tratamos de transmitirle la energía y el optimismo de los cubanos. Nos gusta que se lleven la realidad de Cuba, todo esto contrastado con un elevado estándar de calidad en nuestras propiedades, ya que están en una zona bien auténtica y humilde”. A esto debemos sumarle que comparten con los clientes los lugares frecuentados por ellos, les proveen de un celular en cada apartamento para comunicarse con el personal a cualquier hora y los taxistas recomendados por el negocio manejan el inglés al igual que sus autos clásicos americanos con alto confort.

¿Cuáles son sus mayores clientes, qué viven ellos aquí?

“En nuestra estrategia de marketing están claramente definidos los segmentos de parejas y familias, porque son a los que creemos que podemos ofrecerle un mayor valor. A un matrimonio joven o una familia, nos gusta hacerle sorpresas, como una suerte de luna de miel o compartir con aquellos que vienen con sus hijos. Salimos juntos a comer, desayunamos juntos, vamos a discotecas”, reconoce

LA ENTREVISTA THE INTERVIEW

"NOS GUSTARÍA SER
UNA AGENCIA DE VIAJES
RECEPTIVA"

• • • •

Mario. "Cuando ellos nos avisan que vienen por el cumpleaños de alguien, o una luna de miel o aniversario, siempre en el check in tenemos una deferencia en concordancia con el evento, y eso es un plus que les encanta y nos agradecen" acota Yolexis.

¿Qué falta? ¿Cuál es la meta?

"Tenemos una perspectiva optimista de que haya un cambio de administración en Estados Unidos, lo cual nos ayudaría a crecer como negocio ya que nuestros clientes son mayormente americanos. También, que nuestro gobierno flexibilice el tema del sector privado, podamos operar sin temor a pasarnos de la raya legal y competir tanto con el sector estatal como privado" comenta Mario, para quien su sueño como emprendedor tendrá que esperar por un margen legislativo que aún no existe.

"Nos gustaría ser una agencia de viajes receptiva. Consideramos que tenemos toda la información y la capacidad de gestión para encargarnos del viaje completo de un cliente, desde el vuelo, la restauración, el alojamiento, actividades. Ahora estamos bien limitados porque solamente nos podemos enfocar en el alojamiento. Recientemente salieron declaraciones de la Ministra de Trabajo sobre no limitar la creatividad de los emprendedores, y estamos muy ilusionados de que esto arranque para implementar nuevos proyectos".

Con esto en mente, su labor en tiempos de restricciones por la pandemia de la Covid-19 no se ha detenido y han hecho necesarias renovaciones para, de cara al cliente, aumentar la calidad de su gestión y servicios a niveles que no abundan en Cuba. Mientras, valoran la adición de nuevos espacios, pero con un cre-



that is a plus that they love and thank us for,"
Yolexis adds.

**"WE WOULD LIKE TO
BE AN INCOMING TRAVEL
AGENCY"**

What's missing? What's the goal?

"We have an optimistic outlook for a change of administration in the United States, which would help us grow as a business, since our clients are mostly Americans. Also, for our government to make the private sector more flexible, so we can operate without fear of stepping over the legal limits, and compete with both the state and private sectors," responds Mario, who notes his dream as an entrepreneur is on hold as a legislative framework for it does not yet exist.

"We would like to be an incoming travel agency. We believe that we have all the information and management capacity to take care of a client's entire trip, from the flight, to the meals, accommodation, activities. Right now we are very limited, as we can only focus on accommodation. Recently, the Minister of Labor made statements about not limiting the creativity of entrepreneurs, and we are very excited for this to start, to launch new projects."

With this in mind, their work in times of the restrictions due to the COVID-19 pandemic has not stopped, and they have made necessary renovations to increase the quality of their management and services to levels that are not widespread in Cuba. Meanwhile, they are evaluating the addition of new



CALLE 9NA NO. 4203
E/ 42 Y 44 PLAYA

(53) 7 203 81 23

artprintcu@gmail.com

cimiento discreto. Ante estos retos Mario recomienda a toda persona de este sector guiar su negocio con dos pasiones: "la primera de ellas debe ser por la excelencia, por brindar un servicio lo mejor posible, y la segunda es pasión por ser anfitrión, por disfrutar cada minuto desde que un cliente hace una solicitud de reserva hasta que nos escribe una evaluación desde la tranquilidad de su casa".



spaces, but with a discreet growth. In the face of these challenges, Mario recommends that anyone in this sector guides their business with two passions: "The first of them must be excellence, providing the best possible service. And the second is a passion for being a host, for enjoying every minute from the moment a client makes a reservation request, until he/she writes us a review once back home."

SER UN PROPERTY MANAGER EN CUBA

UN PROPERTY MANAGER TIENE ASEGURADA SU LEGALIDAD EN CUBA, YA QUE EXISTE UNA LICENCIA QUE SE LLAMA GESTOR DE ALOJAMIENTO, CUYO ALCANCE DEFINE LA POSIBILIDAD DE GESTIONAR VARIAS PROPIEDADES. HAY ALGUNOS LÍMITES COMO VENDER EXCURSIONES O TOURS, PERO SÍ PUEDES ENFOCARTE EN GENERAR RENTABILIDAD AL DUEÑO DE LA CASA QUE GESTIONAS. Además, puedes tener la licencia de ARRENDADOR Y LA DE GESTOR SI MANEJAS TU PROPIO INMUEBLE Y OTRAS PROPIEDADES QUE NO SON TUYAS.

• • •

BECOMING A PROPERTY MANAGER IN CUBA

A PROPERTY MANAGER IS GUARANTEED LEGAL STATUS IN CUBA, SINCE THERE IS AN ACCOMMODATION MANAGER OPERATING LICENSE, WHOSE SCOPE DEFINES THE POSSIBILITY OF MANAGING SEVERAL PROPERTIES. THERE ARE SOME LIMITS, SUCH AS SELLING EXCURSIONS OR TOURS, BUT YOU CAN FOCUS ON GENERATING PROFITABILITY WITH THE OWNER OF THE HOUSE YOU MANAGE. IN ADDITION, YOU CAN HOLD A LESSOR LICENSE AND A MANAGER LICENSE IF YOU MANAGE YOUR OWN PROPERTY AND OTHERS THAT YOU DON'T OWN.

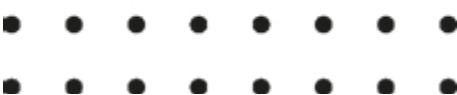


NUESTRA ESTANCIA FUE ABSOLUTAMENTE FANTÁSTICA. MARIO Y OSCAR HICIERON TODO LO QUE PUDIERON PARA QUE NUESTRA VISITA FUERA LO MÁS FÁCIL Y LIBRE DE ESTRÉS POSIBLE. FUERON RÁPIDOS Y MINUCIOSOS EN SUS COMUNICACIONES CON NOSOTROS. OFRECERON UN SERVICIO DE TAXI DESDE Y HACIA EL AEROPUERTO. NOS DIERON GENIALES SUGERENCIAS SOBRE DÓNDE VISITAR Y EN QUÉ LUGARES COMER DURANTE NUESTRA ESTANCIA EN LA HABANA. EL APARTAMENTO ESTABA PERFECTAMENTE LIMPIO Y TENÍA TODO LO QUE PODRÍAMOS HABER QUERIDO Y MÁS. GRACIAS POR PERMITIRNOS TENER UN VIAJE TAN TRANQUILO Y DIVERTIDO.

OUR STAY WAS ABSOLUTELY FANTASTIC. MARIO AND OSCAR DID EVERYTHING THEY COULD TO MAKE OUR TRIP AS EASY AND AS STRESS-FREE AS POSSIBLE. THEY WERE SWIFT AND THOROUGH IN THEIR COMMUNICATION. THEY OFFERED TAXI SERVICE FROM AND BACK TO THE AIRPORT. THEY PROVIDED GREAT SUGGESTIONS ON WHERE TO VISIT AND WHERE TO EAT WHILE IN HAVANA. THE APARTMENT WAS PERFECTLY CLEAN AND HAD EVERYTHING WE COULD HAVE WANTED AND MORE. THANKS FOR ALLOWING US TO HAVE SUCH A SMOOTH AND FUN TRIP.

BRUCE WOODALL
NORTH BETHESDA, MARYLAND

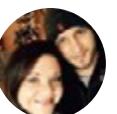
• • •



“

MI ESPOSO Y OYO ACABAMOS DE REGRESAR DE UN VIAJE DE 5 DÍAS A CUBA, FUE INCREÍBLE. MARIO Y EL GERENTE DE LA CASA FÉLIX FUERON MARAVILLOSOS. NOS RECOGIERON EN EL AEROPUERTO A NUESTRA LLEGADA, COMO HABÍAN PROMETIDO. EL APARTAMENTO ESTABA MUY LIMPIO Y EN UNA GRAN UBICACIÓN EN LA HABANA. LAS NEVERAS ESTABAN LLENAS Y HABÍA TARJETAS WI-FI A LA VENTA EN LA HABITACIÓN. SUPERÓ NUESTRAS EXPECTATIVAS.

MY HUSBAND AND I JUST RETURNED FROM A 5-DAY TRIP TO CUBA, IT WAS AMAZING. MARIO AND THE HOUSE MANAGER FELIX WERE WONDERFUL. WE WERE PICKED UP AT THE AIRPORT ON ARRIVAL AS PROMISED. THE APARTMENT WAS VERY CLEAN AND IN A GREAT LOCATION IN HAVANA. THE FRIDGES WERE STOCKED AND WI-FI CARDS AVAILABLE FOR PURCHASE IN THE ROOM. IT EXCEEDED OUR EXPECTATIONS.



JENNIFER FERRARE DIFFENBAUGH
BALTIMORE, MARYLAND

EL APARTAMENTO DE MARIO ERA MÁS QUE PERFECTO. BUENA UBICACIÓN, CON WI-FI ACCESIBLE CERQUITA DESDE LA CALLE. EL CHECK-IN FUE SENCILLO. MARIO Y YOLY HICIERON TODO LO POSIBLE PARA QUE NOS SINTIÉRAMOS BIENVENIDOS Y CÓMODOS. ERA EL CUMPLEAÑOS DE MI AMIGO Y YOLY NOS SORPRENDIÓ CON UN CAKE HECHO EN CASA. INCLUSO NOS PROPORCIONARON UN TELÉFONO MÓVIL PARA USAR DURANTE NUESTRA ESTANCIA, PUDIMOS HACER RESERVAS, ORGANIZAR RECOGIDAS DE TAXIS Y HABLAR CON LOS ANFITRIONES CUANDO FUERA NECESARIO. HABÍA UN RESTAURANTE INCREÍBLE JUSTO ENFRENTE DONDE DESAYUNABAMOS A DIARIO. EL APARTAMENTO SE VE JUSTO COMO EN LAS FOTOS, SÚPER LINDO, ESPACIOSO Y LIMPIO.

MARIO'S PLACE WAS BEYOND PERFECT. GOOD LOCATION, WITH ACCESSIBLE WI-FI DOWN THE STREET. CHECK-IN WAS SIMPLE. MARIO & YOLY WENT OUT OF THEIR WAY TO MAKE US FEEL WELCOME & COMFORTABLE. IT WAS MY FRIEND'S BIRTHDAY AND YOLY SURPRISED US WITH A CAKE BAKED FROM SCRATCH! THEY EVEN PROVIDED US WITH A CELL PHONE TO USE DURING OUR STAY, WE WERE ABLE TO MAKE RESERVATIONS, ARRANGE CAB PICKUPS AND SPEAK TO HOSTS WHENEVER NECESSARY. THERE WAS AN AMAZING RESTAURANT DIRECTLY ACROSS THE STREET WHERE WE HAD BREAKFAST DAILY. THE APARTMENT LOOKS JUST LIKE THE PICTURES, SUPER CUTE, SPACIOUS AND CLEAN.



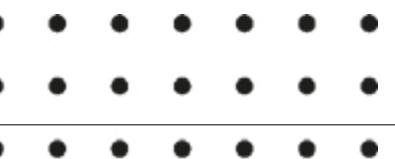
CINDY LOUIS
MIAMI, FLORIDA

¡ESTE ES EL LUGAR PERFECTO PARA LLAMAR HOGAR DURANTE SU VISITA A LA HABANA! LA UBICACIÓN ES GENIAL, MUY CERCA DE LA MAYORÍA DE LAS ATRACCIONES PRINCIPALES. EL ESPACIO ERA INCLUSO MEJOR QUE LO ANUNCIADO; SIN EMBARGO, ¡LA MEJOR PARTE ES EL SERVICIO! DESDE EL DESAYUNO CASERO HASTA LAS RESERVAS DE TOURS, MARIO ES UN ANFITRIÓN FANTÁSTICO QUE SE ASEGUARÁ DE QUE SU VISITA A LA HABANA SEA INOLVIDABLE. DEFINITIVAMENTE, ME QUEDARÉ ALLÍ DE NUEVO LA PRÓXIMA VEZ.

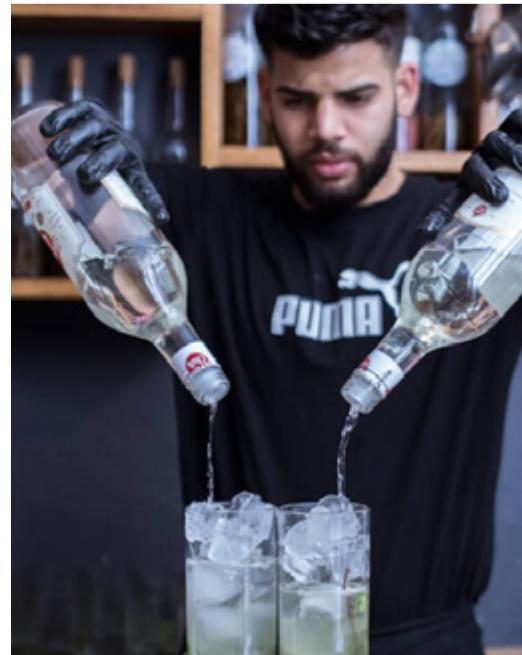
THIS IS THE PERFECT PLACE TO CALL HOME FOR YOUR VISIT TO HAVANA! THE LOCATION IS GREAT, A SHORT WALK TO MOST OF THE TOP ATTRACTIONS. THE SPACE WAS EVEN BETTER THAN ADVERTISED; HOWEVER, THE BEST PART IS THE SERVICE! FROM HOME COOKED BREAKFAST TO TOUR BOOKINGS, MARIO IS A FANTASTIC HOST WHO WILL MAKE YOUR VISIT TO HAVANA A MEMORABLE ONE. WILL DEFINITELY STAY AGAIN NEXT TIME.



KYLE RICHARDSON
FORT SMITH, ARKANSAS



COCTELES
BARRA DE RONES
HAMBURGUESAS
TAPAS
MÚSICA EN VIVO
EVENTOS



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

"TOMA CON CONCIENCIA,
EXIGE TU ABSORBENTE
DE BAMBÚ"

"DRINK RESPONSIBLY:
DEMAND YOUR BAMBOO
STRAW"

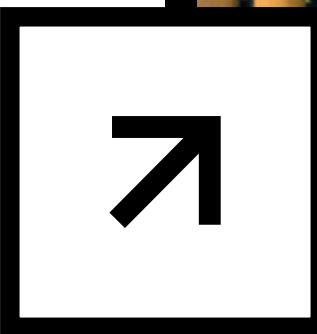
Cuba no solo se ha crecido en el mundo del emprendimiento en los últimos años, sino que ha logrado tener emprendedores que han incorporado a su negocio el deseo de ser responsables en términos sociales. Tal es el caso de Bambooleo Shop, donde se proponen sustituir los absorbentes de plásticos por nuevos formatos hechos con bambú.

Conversamos con David Chapet, el administrador de la tienda online, para conocer detalles sobre la nueva propuesta. "Hace un par de meses

ENG

Cuba has not only grown in the world of entrepreneurship in recent years, but also boasts entrepreneurs who have incorporated the desire to be socially responsible into their business. Such is the case of Bambooleo Shop, proposing the replacement of plastic straws with new formats made of bamboo.

We spoke to David Chapet, the administrator of the online store, to learn details of the new proposal. "A couple of months ago, our team approached



POR / BY: LEIDYS HERNÁNDEZ LIMA

Absorbentes de ganan terreno en Cuba

Bamboo
straws gain
ground in
Cuba



•
•
•
•
“HOY EN DÍA ESTÁN CREADAS TODAS LAS CONDICIONES PRODUCTIVAS Y LOGÍSTICAS PARA RESPONDER A LAS SOLICITUDES DE LOS CLIENTES, SEAN ESTOS PARTICULARES O ESTATALES”

“TODAY ALL THE PRODUCTIVE AND LOGISTIC CONDITIONS ARE CREATED TO RESPOND TO CLIENTS' ORDERS, WHETHER THEY ARE PRIVATE OR STATE-OWNED ENTERPRISES.”

nuestro equipo se acercó a Enrique Hidalgo para dar impulso al proyecto de los absorbentes de bambú, que hasta ese momento tenía poca visibilidad; y así creamos Bamboleo Shop a través de un chatbot de comercio electrónico”.

En realidad el inicio del proyecto surge en 2012 gracias al propio Enrique Hidalgo quién lo idealizó para tratar de cambiar la forma en que se interactúa con el medioambiente y cómo se utilizan sus recursos. Después de un tiempo de aprendizaje, de capacitación y uso/manejo sostenible del cultivo, se logró establecer y reunir los requerimientos técnicos y tener el dominio de todo el proceso productivo para lograr el producto final.

“Hoy en día están creadas todas las condiciones productivas y logísticas para responder a las solicitudes de los clientes, sean estos particulares o estatales”.

El aporte de Bamboleo Shop es invaluable, desde su concepción hasta su desarrollo. Proponen un producto natural, recicitable y eco-amigable garantizando que los absorbentes de bambú sean cien por ciento natural. En este proceso todos los residuos de la producción son utilizados para el forraje animal, ya que son biodegradables y una vez que termina su vida útil pueden volver al suelo y enriquecerlo por sus propiedades.



• • • •

Enrique Hidalgo to provide a boost to the bamboo straws project, which until then had little visibility; and so we created Bamboleo Shop through an e-commerce chatbot.”

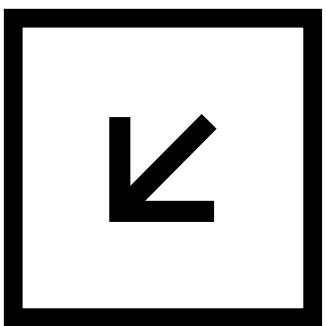
In fact, the project emerged in 2012, thanks to Enrique Hidalgo himself, who came up with it to try to change the way in which people interact with the environment and use its resources. After a period of learning, training and sustainable use/management of the crop, the technical requirements were established and the entire production process was mastered in order to achieve the final product.

“Today all the productive and logistic conditions are created to respond to clients' orders, whether they are private or state-owned enterprises.”

The contribution of Bamboleo Shop is invaluable, from its conception to its development. The enterprise proposes a natural, recyclable and eco-friendly product, guaranteeing that the bamboo straws are 100% natural. In this process, all the production waste is used for animal feed, since it is biodegradable, and once their useful life is over, the straws can be returned to the soil and enrich it with their properties.

This product does not represent any danger for land or marine animal species. Above all, it is a tangible option to abandon the use of plastic, and the Bamboleo team recommends joining this eco-responsible campaign in pursuit of nature conservation.

“Several businesses have contacted us and voiced their interest in acquiring the straws in their different sizes. Some are already using them,



Este producto no representa ningún peligro para las especies animales terrestres ni marinas. Sobre todo es una opción tangible para abandonar el plástico, por lo que el equipo de Bamboleo recomienda unirse a esta campaña eco-responsable en pos de la conservación de la naturaleza.

“Varios negocios han contactado con nosotros y mostraron su interés en adquirir los absorbentes en sus diferentes tamaños. Ya algunos los utilizan, pero de momento las ventas han sido exploratorias, como es de esperar cuando se lanza un nuevo producto. En el contexto actual de la COVID-19 donde prácticamente están detenidos muchos negocios, tendremos que esperar a que vuelvan a abrir los bares y restaurantes, para que las ventas en el sector profesional sean mucho mayor”, aclara David Chapet.

Este emprendimiento emergente en la Cuba de hoy tratando de crear

but for the moment sales have been exploratory, as is to be expected when a new product is launched. In the current context of the COVID-19 pandemic, in which many businesses have practically stopped, we will have to wait for bars and restaurants to reopen, so that sales in the professional sector are much higher,” David Chapet explains.

This emerging venture in today's Cuba is trying to raise awareness about the use of bamboo straws and their benefits. At every opportunity, especially on digital platforms, the team has stressed the importance of replacing plastic with biodegradable materials. In this sense, clients of gastronomic businesses have an important role to play in demanding the adoption of these products.

“Hence the phrase that we constantly repeat: 'drink responsibly, demand your bamboo straw'; which is aimed exclusively at consumers, although in reality we all have a responsibility to care for nature and protect the environment, whether we are owners of gastronomic businesses or customers,” the administrator notes.

conciencia sobre el uso de los absorbentes de bambú y sus beneficios. En cada oportunidad que han tenido, sobre todo en sus plataformas digitales, han recabado en la importancia que representa la sustitución del plástico por materiales biodegradables. En este sentido, los clientes de negocios gastronómicos tienen un papel importante al ser considerados los prescriptores para la adopción de estos productos.

“De ahí surge una frase que repetimos constantemente: “toma con conciencia, exige tu absorbente de bambú”, la cual va dirigida exclusivamente a los consumidores, aunque en realidad todos tenemos la responsabilidad de cuidar la naturaleza y proteger el medioambiente, seamos propietarios de negocios gastronómicos o clientes”, referencia el administrador.



“VARIOS NEGOCIOS HAN CONTACTADO CON NOSOTROS Y MOSTRARON SU INTERÉS EN ADQUIRIR LOS ABSORBENTES EN SUS DIFERENTES TAMAÑOS”

“SEVERAL BUSINESSES HAVE CONTACTED US AND VOICED THEIR INTEREST IN ACQUIRING THE STRAWS IN THEIR DIFFERENT SIZES.”

as redes sociales son la traducción online de nuestras vidas. Los lenguajes se readaptan en cada espacio, como mismo mantenemos códigos para hablar y actuar en escenarios comunes de la vida real.

Imaginemos que estamos en una peña literaria, una peña interactiva donde no solo se leerá sino que se conocerán palabras nuevas, esa es más o menos la traducción de la cuenta de Instagram de @polilla.cu

Pero para conocer más detalles nuestra revista Negolution contactó con Camila, la creadora de ese proyecto.

“Polilla es un espacio que nació el 13 de mayo por puro entretenimiento durante la cuarentena. La esencia: un compendio de palabras del argot popular que nacen a partir de la interacción con la gente; ellos me piden palabras y a veces yo les regalo otras

ENG

Social networks are the online translation of our lives. Languages are re-adapted in each space, just as we maintain codes to speak and act in common real-life scenarios.

Let's imagine we are in a literary circle, an interactive group in which not only do we read, but we also learn new words – that is more or less the translation of the @polilla.cu Instagram account.

To learn more details, Negolution contacted Camila, the creator of the project.

“Polilla is a space that emerged on May 13 as a pure means of enter-



“POLILLA ES UN ESPACIO QUE
NACIÓ EL 13 DE MAYO POR PURO

ENTRETENIMIENTO DURANTE LA
CUARENTENA. LA ESENCIA: UN
COMPENDIO DE PALABRAS DEL ARGOT
POPULAR QUE NACEN A PARTIR DE LA
INTERACCIÓN CON LA GENTE; ELLOS ME
PIDEN PALABRAS Y A VECES YO LES
REGALO OTRAS QUE SURGEN DE FORMA
ESPONTÁNEA”, EXPLICA LA CREADORA.

“POLILLA IS A SPACE
THAT EMERGED ON MAY
13 AS A PURE MEANS OF
ENTERTAINMENT UNDER
LOCKDOWN. THE ESSENCE:
A COMPENDIUM OF
POPULAR SLANG WORDS
THAT ARE BORN FROM
INTERACTION WITH OTHER
PEOPLE; THEY ASK ME FOR
WORDS AND SOMETIMES I
GIVE THEM OTHERS THAT
ARISE SPONTANEOUSLY,”
THE CREATOR EXPLAINS.

• • •

UNA
“POLILLA 2.0”

QUE COME INSTAGRAM



POR / BY: LEIDYS HERNÁNDEZ LIMA



• • •
“Polilla 2.0”

making waves
on Instagram



que surgen de forma espontánea”, explica la creadora.

Aunque las protagonistas de Polilla son las palabras, Camila ha intentado vincular el arte, la ortografía, la literatura...

“He invitado además, a escritores, pintores y diseñadores cubanos a compartir su obra. Generalmente cada palabra tiene un tema detrás, por ejemplo, durante la semana de concienciación del orgullo LGBTI, un día publiqué ‘Peter’ y abordé la película Fresa y Chocolate en las historias de Instagram”.

“En una de esas historias también mencioné que es momento de reinventarse. ¿Dónde estamos los jóvenes? Pues en las redes sociales, y particularmente en Instagram porque ya hay muchos que han dejado de preferir Facebook”.

Polilla es un espacio para compartir vocablos de diferentes diccionarios, principalmente del habla popular cubana, pero también para compartir palabras que describan emociones, sensaciones; es un espacio de experiencias con el idioma.

Camila quisiera en un futuro lograr que confluyan su espacio digital con el barrio, ese es su gran sueño. “Construir con la gente el significado de una palabra, elegirla entre todos, a partir de dinámicas grupales, y por supuesto: el arte, pero esto último será una sorpresa que tendremos más adelante”.



“POLILLA ES UN ESPACIO PARA COMPARTIR VOCABLOS DE DIFERENTES DICCIONARIOS, PRINCIPALMENTE DEL HABLA POPULAR CUBANA”



“POLILLA IS A SPACE FOR SHARING WORDS FROM DIFFERENT DICTIONARIES, MAINLY FROM CUBAN POPULAR SPEECH”



tainment under lockdown. The essence: a compendium of popular slang words that are born from interaction with other people; they ask me for words and sometimes I give them others that arise spontaneously,” the creator explains.

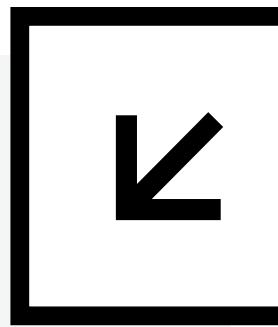
Although the protagonists of Polilla are words, Camila has tried to link art, spelling, literature.

I've also invited Cuban writers, painters and designers to share their work. Usually, every word has a theme behind it, for example during LGBTI Pride Awareness Week, one day I published 'Peter' and addressed the film Strawberry and Chocolate in the Instagram stories.

In one of those stories I also mentioned that it's time to reinvent ourselves. Where are we young people? Well, on social networks, and particularly on Instagram because there are already many who no longer prefer Facebook.”

Polilla is a space for sharing words from different dictionaries, mainly from Cuban popular speech, but also for sharing words that describe emotions, sensations; it is a space for experiences with the language.

In the future, Camila would like to make her digital space converge with the local neighborhood; that is her great dream. “To build the meaning of a word with the people, to select it among all of us, based on group dynamics, and of course art, but this latter aspect is a surprise that we have in store for later on.”



Dirección:

Calle 26 # 120 apto 2 / 1ra y 3ra Miramar Playa, La Habana

Telf: +53 7 206 5859 [f](#) Luly Salón [lulysalon_](#)



PELUQUERÍA / MANICURE / PEDICURE / DEPILACIÓN DEFINITIVA POR LASER / DEPILACIÓN CON CERA / FACIAL / TATUAJE FACIAL / MICROBLADING / PESTAÑAS PELO A PELO / MAQUILLAJE / PEINADOS RECOGIDOS

Festival Here2Start

una brújula para los
negocios post Covid-19



La comunicadora colombiana María Lucía Bermúdez, conformó una comunidad de emprendedores y expertos, conectados mediante múltiples iniciativas y proyectados hacia la internacionalización de sus negocios en el mundo, especialmente en los países europeos.

Vinculada a la publicidad y el marketing, la joven bogotana creó, hace algunos años, su primera agencia denominada Expresión Medio, la cual apoyó a varias ONGs radicadas en su país y movimientos sociales como la Red Colombiana de Jóvenes y Colombia soy.

Tras culminar sus estudios de Maestría en business communication and digital media, en la Universidad de Tilburg de Holanda, fundó la

ENG

Colombian, María Lucía Bermúdez, formed a community of entrepreneurs and experts, connected through multiple initiatives, and aimed at the internationalization of their businesses across the world, especially in European countries.

Linked to advertising and marketing, the young woman from Bogotá created her first agency, named Expresión Medio, a few years back, which supported several NGOs based in her country and social movements such as the Red Colombiana de Jóvenes and Colombia soy.

POR / BY: DANAY GALLETTI HERNÁNDEZ

empresa de marketing y comunicación estratégica para negocios 7days2Go, destinada a la ayuda y orientación de las personas con el fin de ingresar sus productos y servicios al mercado holandés.

Además de ofrecer conocimientos acerca de la cultura y el funcionamiento de las actividades comerciales en esa nación europea, la compañía informa sobre los trámites y el networking. Según el último reporte de Startup

communication company, 7days2Go, aimed at helping and guiding people to bring their products and services to the Dutch market.

In addition to offering knowledge about the culture and functioning of business activities in the European nation, the company provides information about procedures and networking. According to the latest report from Startup Genome, Amsterdam offers attractive financing opportunities and tax benefits.

“MARÍA LUCÍA BERMÚDEZ, GRADUADA EN LA ESPECIALIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, AYUDA A GESTORES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES A VISIBILIZAR SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS MEDIANTE EL FESTIVAL HERE2START, EVENTO CONSIDERADO COMO LA VENTANA DEL EMPRENDIMIENTO MUNDIAL”

Genome, Ámsterdam otorga oportunidades de financiamiento y beneficios tributarios atractivos.

En 2019, María Lucía Bermúdez, junto a otros actores claves del “ecosistema”, crearon el evento Here2StartFest, cuyo propósito esencial es constituir una plataforma que evidencie el trabajo de las personas en los países donde residen y su aporte a la economía.

La segunda edición, celebrada el mes de julio último de manera virtual, incluyó charlas, seminarios en vivo, paneles de discusión, oportunidades de citas de networking, una rueda de negocios en línea y el intercambio de experiencias en cuatro categorías fundamentales: Make it Happen, Community, Business Landing y The Future.

En la primera de ellas, expertos y emprendedores analizaron el enfoque práctico respecto a cómo iniciar, hacer crecer y expandir un

In 2019, Maria Lucia Bermudez, along with other key players in the “ecosystem,” created the Here2Start Fest, whose essential purpose is to provide a platform to showcase the work of people in the countries where they live and their contribution to the economy.

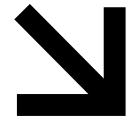
The second edition, held virtually in July, included talks, live seminars, panel discussions, networking opportunities, an online business roundtable and the exchange of experiences in four key categories: Make it Happen, Community, Business Landing and The Future.

In the first of these, experts and entrepreneurs discussed the practical approach to starting, growing and expanding a business abroad, from obtaining a visa, finding new clients on the LinkedIn network, to ways to launch and obtain funding, tax and legal requirements, and business training.

The main emerging enterprises, international community leaders based in the Netherlands, success stories, initiatives and companies such as:

HERE2START FEST

A guide to post-COVID-19 business



Picnic, Corona Party, Women in Analytics, International Creative Woman, Rotterdam Venture Café and Business Breakfast were also presented.

The Festival, which reaches more than 15,000 entrepreneurs, had Colombia as the first guest country. It also included “business landing” advice. This category consisted of the exploration of opportunities for small and medium businesses in the Netherlands and Colombia.

The new pandemic situation implies an analysis of future entrepreneurship, so speakers and participants talked about sustainable mobility, the international perspective of education, the post-COVID-19 workspace and the reinvention of coworking.

For María Lucía Bermúdez, Here2Start Fest represents a starting point in the context of a global crisis, where it is essential to rethink life and business. “We believe that unity is our strength, so being and consolidating a community is the way to move forward and build a better tomorrow.”

negocio en el extranjero, desde la obtención de la visa, la búsqueda de nuevos clientes en la red LinkedIn, hasta las maneras de lanzar y obtener fondos, requisitos fiscales y legales, y entrenamiento comercial.

Asimismo, se expusieron las principales empresas emergentes, líderes comunitarios internacionales radicados en los Países Bajos, casos de éxito, iniciativas y compañías como: Picnic, Corona Party, Women in Analytics, International Creative Woman, Rotterdam Venture Café y Business Breakfast.

El Festival, cuyo impacto alcanza a más de 15 000 emprendedores, contó con Colombia como primer país invitado; así como, con consejos de “aterrizaje empresarial”. Esa categoría abarcó la exploración de oportunidades para las pequeñas y medianas empresas en Holanda y Colombia.

La nueva situación de pandemia supone un análisis del espíritu empresarial futuro, de

“WE BELIEVE THAT UNITY IS OUR STRENGTH, SO BEING AND CONSOLIDATING A COMMUNITY IS THE WAY TO MOVE FORWARD AND BUILD A BETTER TOMORROW”

“CREEMOS QUE LA UNIÓN ES NUESTRA FUERZA, DE AHÍ QUE SER Y CONSOLIDAR UNA COMUNIDAD ES EL CAMINO PARA SALIR ADELANTE Y CONSTRUIR UN MAÑANA MEJOR”

ahí que conferencistas y participantes disertaron sobre la movilidad sostenible, la perspectiva internacional de la educación, el espacio de trabajo post-Covid-19 y la reinvencción del coworking.

Para María Lucía Bermúdez, Here2StartFest representa un punto de partida en el contexto de una crisis global, donde es indispensable replantearse la vida y los negocios. “Creemos que la unión es nuestra fuerza, de ahí que ser y consolidar una comunidad es el camino para salir adelante y construir un mañana mejor”

ES HORA DE HACER NEGOCIOS

negolution

@negolution
negolution

**TU REVISTA
DE NEGOCIOS
EN CUBA**

YOUR BUSINESS
MAGAZINE
IN CUBA

www.negolution.com

ENG

After two years of efforts to place his products in the international market, Lázaro Rafael Fundora managed to make his first export of 1.08 tons of Persian lemons to Spain in September 2020. By then, he hoped to send a second shipment of avocados to the Old Continent. After many years of perseverance, his wishes have been fulfilled.

"As a producer I had been trying for a couple of years, because I have always believed that the future of this country's development is based on exports. This is the most effective way to earn hard currency to be able to buy what we need."

"We didn't have a way to receive the profits, because the Credit and Services Cooperatives do not handle foreign currency accounts. Now there are new Resolutions such as no.315, in which we have legal protection to do so," he told the CubaDebate website.

After its announcement in July of this year, several measures have been adopted by Cuba so that non-state managed entities can export their products and import supplies, through state entities.

Among the basic requirements demanded by clients, it is important that the products have good color, juiciness, size, are free of scratches and pests. As confirmed by Fundora, in order to achieve exportable products, more than just good will is required - it also takes scientific advice and certification.

"The first thing was to certify the phytosanitary conditions because there

EXPORTACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN CUBA

la ruta de lo posible

POR / BY: CLAUDIA YILÉN PAZ



Exportación del sector privado en Cuba, la ruta de lo posible

Luego de dos años de gestiones para colocar sus productos en el mercado internacional, Lázaro Rafael Fundora logró hacer su primera exportación de 1.08 toneladas de limón persa a España, en septiembre de 2020. Para ese entonces, esperaba encaminar una segunda carga con aguacates hacia el Viejo Continente. Tras muchos años de perseverancia, sus anhelos han sido posibles.

“Como productor llevaba un par de años intentándolo porque siempre he creído que el futuro del desarrollo de este país se basa en las exportaciones. Esta es la manera más efectiva de recoger divisas que nos sirven para poder comprar lo que necesitamos.

“No contábamos con la forma de obtener las ganancias pues las Cooperativas de Crédito y Servicio no manejan cuentas en divisas. Ahora salieron nuevas Resoluciones como la 315, donde tenemos un amparo legal para hacerlo”, comentó al sitio digital Cubadebate.

Tras su anuncio en julio de este año, varias han sido las acciones adoptadas por Cuba para que las formas de gestión no estatal puedan exportar sus productos e importar insumos, a través de entidades estatales.

Entre los requerimientos básicos que demanda el cliente sobresalen que los productos tengan buen color, jugosidad, tamaño, estar libres de arañazos y plagas. Según confirmó Fundora, para lograr productos exportables no solo se requiere de buena voluntad, sino que además se necesita asesoría y certificación científica.

“Lo primero fue certificar las condiciones fitosanitarias pues no pueden existir plagas que supongan una amenaza para el exterior. Pusimos trampas y se llevaron las muestras al laboratorio para que todo estuviera en orden. Se le dio un seguimiento de dos años, pues hay plagas que son estacionales”, comentó.

Una vez vencido este proceso, quedaba la búsqueda de la empresa exportadora, algo que no supuso un problema. Desde años anteriores mantenía vínculos contractuales

**“LO PRIMERO
FUE CERTIFICAR
LAS CONDICIONES
FITOSANITARIAS
PUES NO PUEDEN
EXISTIR PLAGAS
QUE SUPONGAN UNA
AMENAZA PARA EL
EXTERIOR”**

**“THE FIRST THING
WAS TO CERTIFY
THE PHYTOSANITARY
CONDITIONS BECAUSE
THERE CAN BE NO
PESTS THAT POSE
A THREAT TO THE
EXTERIOR”**

**“COMO PRODUCTOR LLEVABA UN PAR
DE AÑOS INTENTÁNDOLO PORQUE
SIEMPRE HE CREÍDO QUE EL FUTURO DEL
DESARROLLO DE ESTE PAÍS SE BASA EN LAS
EXPORTACIONES.”**

**“AS A PRODUCER I HAD BEEN TRYING FOR
A COUPLE OF YEARS, BECAUSE I HAVE
ALWAYS BELIEVED THAT THE FUTURE OF
THIS COUNTRY'S DEVELOPMENT IS BASED
ON EXPORTS”**

para comercializar productos al turismo con la Empresa Frutas Selectas, habilitada para este propósito. Solo le quedaba indagar sobre clientes potenciales y actualizar los contratos.

A su juicio, recibir la asesoría de la empresa cubana no constituyó un freno. La experticia de la entidad le permitió, entre otras cosas, contar con un respaldo para la transportación de los productos, en momentos en que el coronavirus entorpeció cualquier movimiento internacional.

Sobre los detalles del proceso legal, Roberto Hugo Rodríguez Dicks, consultor de la Agencia para el Intercambio Cultural y Económico con Cuba (AICEC), afirmó que esta primera experiencia evidenció las oportunidades y potencialidades que representa para nuestro país, sumar el sector no estatal a las exportaciones. Lo cual contribuye a generar ingresos directos en divisas para la Isla, y a mejorar las condiciones de los productores.

“Este esquema permite acceder a nuestros productores directamente al mercado, recibiendo ingresos superiores al 60 - 70 % en MLC, lo que les posibilita adquirir otros insumos y equipos para reforzar el ciclo productivo y obtener mejores calidades en los productos”, añadió.

“ESTE ESQUEMA PERMITE ACCEDER A NUESTROS PRODUCTORES DIRECTAMENTE AL MERCADO, RECIBIENDO INGRESOS SUPERIORES AL 60 - 70 % EN MLC”

“THIS SCHEME ALLOWS OUR PRODUCERS TO ACCESS THE MARKET DIRECTLY, RECEIVING INCOME OF OVER 60-70% IN MLC (FREELY CONVERTIBLE CURRENCY)”

Para Rodríguez, existen algunos puntos sobre los que se debe seguir trabajando en el sector agrícola, que resultan imprescindibles para las exportaciones. Entre ellos exemplificó, la certificación de las áreas por Sanidad Vegetal, tener una cultura creciente hacia la producción orgánica, altamente demandada en el mercado y que conlleva a seguir un grupo de normativas y procedimientos que culminan con una certificación con carácter internacional.

Además, resulta necesario tener una visión más integradora de cómo satisfacer un mercado específico. Para ello es necesario el establecimiento de un plan de exportaciones con un análisis profundo de la disponibilidad de productos, según periodo estacional, y su tipología, aplicación de técnicas de marketing para la promoción con imágenes e información de los productores, las fincas donde se producen, la variedad de productos etc. Pues el mercado demanda de información y trazabilidad de todo el proceso desde el campo a la mesa.

Al referirse al trabajo realizado por la AICEC y su empresa export-import HEI (Hecho en Italia) explicó que constituyen un buen ejemplo de cómo establecer una relación empresarial sobre la base de la colaboración, donde las empresas puedan valorar el intangible de un país como Cuba por su cultura, su historia, y su gente. Esto tiene un alto valor añadido, que identifica a nuestros productos, imprimiéndoles autenticidad y soberanía.

can be no pests that pose a threat to the exterior. We set traps and took the samples to the laboratory so that everything was in order. This was monitored for two years, because there are pests that are seasonal,” he explained.

Once this process was over, the search for the exporting company remained, which was not a problem. He had maintained contractual links from years before to market tourism products with the Select Fruits Enterprise, which was authorized for this purpose. The only thing left to do was to inquire about potential clients and update the contracts.

In Fundora's opinion, receiving the consultancy of the Cuban enterprise did not constitute an obstacle. The entity's expertise allowed him, among other things, to secure support for the transportation of the products, in moments when the coronavirus hinders any international movement.

Regarding the details of the legal process, Roberto Hugo Rodriguez Dicks, consultant for the Agency for Cultural and Economic Exchange with Cuba (AICEC), stated that this first experience showed the opportunities and potential that adding the non-state sector to exports represents for the country. It contributes to generating direct hard currency income, and to improving the conditions of producers.

This scheme allows our producers to access the market directly, receiving income of over 60-70% in MLC (freely convertible currency), which enables them to acquire other supplies and equipment to strengthen the production cycle and obtain better quality products,” he added.

According to Rodríguez, there are some points in the agricultural sector that require further work, which are essential for exports. Among them, he noted the certification of the areas by the Plant Health authority, and a growing culture of organic production, which is highly demanded in the market and calls for a series of norms and procedures that culminate with international certification.

INBEST

“ADEMÁS, RESULTA NECESARIO TENER UNA VISIÓN MÁS INTEGRADORA DE CÓMO SATISFACER UN MERCADO ESPECÍFICO.”

“IN ADDITION, IT IS NECESSARY TO HAVE A MORE INTEGRATED VISION OF HOW TO SATISFY A SPECIFIC MARKET”

Muestra de ello son los Aguacates Catalina, del productor Lázaro Rafael Fundora de la “Finca La Esperanza”, distribuidos en 32 ciudades italianas bajo la campaña “Sano, justo y solidario”, que refleja los puntos claves de este trabajo. Sano: por su naturalidad y la no utilización de productos y aditivos químicos; justo, por tratarse de un comercio equitativo, que beneficia y respeta las tradiciones de nuestro país; y Solidario, porque involucra a un grupo de entidades, organizaciones y personas que apuestan por Cuba o son de origen cubano y desean así, brindar una contribución a la economía del país, en tiempos difíciles, explicó.

A su consideración, en la medida en que se incorporen más productores no estatales a esta iniciativa, adquirirán buenas prácticas y formas más actualizadas del manejo de sus cultivos y sobre todo, del proceso de beneficio para la exportación. Sentimos gran optimismo por lo que se puede lograr en beneficio de nuestro país, concluyó.

“SENTIMOS GRAN OPTIMISMO POR LO QUE SE PUEDE LOGRAR EN BENEFICIO DE NUESTRO PAÍS”
“WE ARE VERY OPTIMISTIC ABOUT WHAT CAN BE ACHIEVED TO BENEFIT OUR COUNTRY”

duced, the variety of products, etc. Because the market demands information and traceability of the whole process from the field to the table.

Referring to the work carried out by the AICEC and its export-import company HEI (Made in Italy), he explained that they constitute a good example of how to establish a business relationship based on collaboration, where companies can value the intangible aspects of a country like Cuba because of its culture, its history, and its people. This has a high added value, which identifies Cuban products, imbuing them with authenticity and sovereignty.

An example of this is Aguacates Catalina, by producer Lazaro Rafael Fundora of “Finca La Esperanza,” distributed in 32 Italian cities under the campaign “Healthy, fair and supportive,” which reflects the key points of this work. Healthy: because of the naturalness of the avocados and the non-use of chemical products and additives; fair, because it is a fair trade initiative, which benefits and respects our country’s traditions; and supportive, because it involves a group of entities, organizations and people who are committed to Cuba or are of Cuban origin and thus wish to make a contribution to the country’s economy in difficult times, he explained.

As more non-state producers join this initiative, they will acquire good practices and more up-to-date ways of managing their crops and, above all, the process to secure exports. We are very optimistic about what can be achieved to benefit our country, he concluded.

¿CÓMO PRO- MO- VER TU NEGO- CIO EN TELE- GRAM?

• • •

HOW TO PRO- MOTE YOUR BUSI- NESS ON TELE- GRAM?



“MÁS QUE UNA APLICACIÓN DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, TELEGRAM PARECERIA UNA HERRAMIENTA ESPECIALMENTE IDEADA PARA EL MARKETING DIGITAL”

“MORE THAN AN INSTANT MESSAGING APPLICATION, TELEGRAM SEEMS TO BE A TOOL SPECIALLY DESIGNED FOR DIGITAL MARKETING”

BREVE TUTORIAL PARA EMPRENDEDORES CUBANOS

A BRIEF TUTORIAL FOR CUBAN ENTREPRENEURS



POR / BY: GERARDO RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ

ás que una aplicación de mensajería instantánea, Telegram parecería una herramienta especialmente ideada para el marketing digital: además de las funciones habituales de este tipo de apps (mensajes de texto, confirmaciones de lectura y envío de archivos adjuntos), Telegram permite la creación de canales públicos que, al no imponer límites en la cantidad de usuarios, facilita la comunicación de las marcas con audiencias masivas.

A ello se suma la tentadora posibilidad de crear bots, programas particularmente útiles para automatizar mensajes y procesos en dependencia de las necesidades de la marca.

Los negocios en Cuba, con años de experiencia en redes sociales de más largo aliento, como Facebook, Instagram o Twitter, han comenzado a constatar los mil y un beneficios de la promoción de contenidos en Telegram: que ahorra tiempo gracias a los bots; que aumenta la seguridad de los clientes al ofrecer servicios de atención personalizada; que permite concretar la tan ansiada segmentación de los públicos mediante listas de difusión, y un aspecto técnico, no menos importante en el contexto nacional: permite almacenar los datos en la nube, sin ocupar mucho espacio en el dispositivo. Como se dice en buen cubano: todas son ventajas.

¿Cómo lograr entonces que un emprendimiento entre a Telegram con el pie derecho? Gerbet aconseja seguir estos pasos elementales:

» Crea un canal exclusivo para tu negocio. Al disponer de su propia URL, los usuarios podrán acceder fácilmente y la interacción será siempre unidireccional: solo el administrador emitirá mensajes que, bien aprovechados, se convertirán en los embajadores de la marca.

» Promociona contenido de calidad. Ya sea de elaboración propia—altamen-

ENG *More than an instant messaging application, Telegram seems to be a tool specially designed for digital marketing: in addition to the usual functions of this type of app (text messages, reading confirmations and the possibility to send attachments), Telegram includes the creation of public channels that, by not imposing limits on the number of users, facilitate brands' communication with mass audiences.*

Added to this is the tempting possibility of creating bots; programs particularly useful for automatically posting messages and conducting processes depending on the needs of the brand.

Businesses in Cuba, with years of experience on more established social networks, such as Facebook, Instagram or Twitter, have begun to appreciate the thousand and one benefits of promoting content on Telegram: it saves time thanks to bots; increases customer security by offering personalized attention; allows for the long-awaited segmentation of audiences through mailing lists; and a technical aspect, no less important in the national context: it allows data to be stored in a cloud, without taking up too much space on the device. As a Cuban would say: it's all good.

How then does an enterprise enter the world of Telegram on the right footing? Gerbet recommends following these elementary steps:

» Create an exclusive channel for your business. By having your own URL, users will be able to access it easily and the interaction will always be one-way: only the administrator will issue

**"TELEGRAM HA
IRRUMPIDO EN
EL PANORAMA
DIGITAL DE LA ISLA
COMO LO QUE ES:
UNA APLICACIÓN
DE MENSAJERÍA
INSTANTÁNEA IDEAL
PARA FIDELIZAR
AUDIENCIAS"**

**"TELEGRAM HAS
BURST ONTO THE
CUBAN DIGITAL
SCENE FOR WHAT
IT IS: AN IDEAL
INSTANT MESSAGING
APPLICATION TO
BUILD AUDIENCE
LOYALTY"**



GERBET

• • •

te recomendado— o de fuentes afines, el contenido permitirá que los usuarios identifiquen la calidad de la marca. En Telegram no es necesario realizar campañas de pago para mejorar el alcance de las publicaciones, porque el envío de mensajes es libre de costo, con independencia de la cantidad de contenido a enviar o de los usuarios suscritos. Esta ventaja, sin embargo, no debe aprovecharse para sobresaturar al cliente. Información relevante, que realce la imagen sin caer en el autobombo, terminará por convencer a las audiencias de mantenerse conectado por el canal que, además, le enviará una notificación al móvil.

¶ Concibe concursos, sorteos y encuestas para aumentar la retroalimentación. Que la audiencia encuentre espacios para interactuar con la marca es uno de los fines del marketing digital. Si además de significativo para el éxito del negocio, es de fácil aplicación en Telegram, bien pudiera explotarse este nicho para mejorar el llamado engagement.

¶ Promociona todas las plataformas del negocio, incluyendo los demás perfiles en redes sociales. La promoción cruzada permite que los suscriptores de Telegram sean “aprovechados” en tanto usuarios también de otras redes sociales. En el contexto virtual, donde los más disímiles sitios de promoción están al alcance de un clic, la mayor cantidad de caminos posibles deben llevar al internauta a esa especie de Roma moderna que es la marca.

Aunque no goza de la misma popularidad de Facebook o Instagram, y se ha declarado abiertamente como la competencia de WhatsApp. Telegram ha irrumpido en el panorama digital de la Isla como lo que es: una aplicación de mensajería instantánea ideal para fidelizar audiencias.

Miles de cubanos con cuentas en Telegram deambulan por la web buscando información veraz, oportuna, contenidos virtuales que “vendan” sin trampa lo que ofrecen en el ámbito offline. Haz que el canal que abras para tu negocio marque la diferencia, y no sea uno más.

messages that, if well used, will become the brand's ambassadors.

¶ Promote quality content. Whether it's self-made, highly recommended, or from related sources, the content will allow users to identify the quality of the brand. In Telegram, it is not necessary to carry out paid campaigns to improve the reach of posts, because sending messages is free of charge, regardless of the amount of content to be sent out, or the number of subscribed users. This advantage, however, should not be used to oversaturate the customer. Relevant information, which enhances your image without falling into this trap, will end up convincing audiences to stay connected through the channel, which will also send a notification to their cell phone.

¶ Design contests, raffles and surveys to increase feedback. Ensuring the audience finds spaces to interact with the brand is one of the purposes of digital marketing. In addition to contributing to the success of the business, this is an element easily applied in Telegram, meaning this niche can be exploited to improve customer engagement.

¶ Promote all business platforms, including other profiles on social networks. Cross-promotion allows Telegram subscribers to be exploited as users of other social media as well. In the virtual context, where the most varied promotional sites are just a click away, the greatest possible number of paths should always lead the Internet user to that modern Rome that is the brand.

Although it does not enjoy the same popularity as Facebook or Instagram, and has openly declared itself as the competition for WhatsApp, Telegram has burst onto the Cuban digital scene for what it is: an ideal instant messaging application to build audience loyalty.

Thousands of Cubans with Telegram accounts search the web looking for straightforward, timely information, and virtual content relating to offline sales that doesn't include any tricks. Make sure the channel you open for your business stands out from the rest.



Teléfono: +53 5258 43 18
Email: antinoe93@gmail.com
Web: <http://airbnb.com/h/casaantinoecuba>
Instagram: @casaantinoe
Facebook: Casa Antinoe

*Escapada
para Dos*



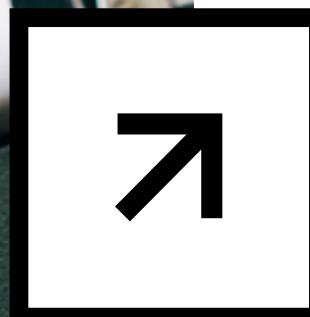
CUENTA PROPISMO

COVID Y ESTRATEGIA ECONÓMICA

POR / BY: RICARDO TORRES

Este año 2020 será recordado por muchas cosas, casi todas relacionadas con los efectos duraderos de la epidemia de la COVID 19, particularmente en la vida de las personas y en la economía mundial. Cuba ya mostraba una economía en franco estancamiento, y como lo decíamos en una columna anterior, aunque el número de cuentapropistas continuaba creciendo, lo hacía muy lentamente, habida cuenta de la desaceleración de la producción y las restricciones de un marco regulatorio demasiado enfocado en el control, y mucho menos en el desarrollo económico.

El golpe que ha sufrido el sector como consecuencia de la crisis sanitaria y sus impactos económicos es muy serio. En ausencia de cifras fidedignas, lo poco que ha trascendido en medios oficiales y alternativos habla de daños con efectos duraderos. Una parte sustancial del “cuentapropismo” descansa en actividades de servicios, el sector más afectado por las medidas de aislamiento. Los servicios se caracterizan por la necesidad del contacto humano,



SELF-
EMPLOY-
MENT,
COVID-19
AND
ECONOMIC
STRATEGY

ENG

The year 2020 will be remembered for many things, almost all related to the lasting effects of the COVID-19 pandemic, particularly on peoples' lives and the global economy. Cuba already had a stagnant economy, and as we noted in a previous column, although the number of self-employed people continued to grow, it did so very slowly, given the slowdown in production and the restrictions of a regulatory framework too focused on control, rather than economic development.

The blow to this sector as a result of the health crisis and its economic impacts is very serious. In the face of a lack of reliable figures, what has been revealed in both state and alternative media speaks of lasting damage. A substantial part of the “self-employed” sector is linked to the service sector, which has been the hardest hit by the lockdowns. Services are characterized by the need for human contact, as production and consumption are simultaneous. In Cuba, this sector is focused on the production and sale of foodstuffs, accommodation, transport and household services. All of which have been suspended for several months. To this is added the closure of international borders, which has meant a fall in visitors, on which a large number of businesses directly or indirectly depend, especially in the main tourist spots of the island, which unsurprisingly concentrate the largest numbers of self-employed workers. This regrettable reality is particularly notable in the capital, which sets the pace of the country’s economic development.

In this month of October, the authorities have made some decisions that offer hope to businesses. Based on a relative improvement of the epidemiological situation in the capital, it has been decided to suspend most of the restrictions on movement, and the majority of service activities, both state and private, will be reopened. However, the self-employed sector faces other challenges, no less significant. Among them are the advance of dollarization, price increases, the scarcity of supplies,

en tanto la producción y el consumo son simultáneos. En esta Isla, además, el sector está muy concentrado en elaboración y venta de alimentos, alojamiento, transporte, y servicios al hogar. Todos ellos han estado suspendidos por varios meses. A ello se suma que el cierre de las fronteras internacionales ha cancelado en la práctica el arribo de viajeros, de los que dependen buena parte de los negocios, directa o indirectamente, particularmente en los principales destinos, que no por casualidad exhiben la mayor concentración de Trabajadores por Cuenta Propia. Esta lamentable realidad es especialmente visible en la capital de la Isla, que marca el ritmo del desarrollo económico del país.

En este mes de octubre, las autoridades han tomado algunas decisiones que ofrecen esperanza a los negocios. A partir de una mejoría relativa de la situación epidemiológica en la capital, se ha decidido suspender la mayor parte de las restricciones de movimiento y se ha indicado la reapertura de la mayor parte de las actividades de servicios, tanto estatales como privados. Sin embargo, el cuentapropismo tendrá que hacer frente a otros desafíos, no menores. Entre ellos se puede numerar el avance de la dolarización, al aumento de precios, la escasez de insumos, la depresión de la demanda, y cambios inevitables en los modelos de negocios. Muchos emprendimientos han tenido que reinventarse para sobrevivir en las nuevas circunstancias, y varios analistas predicen que la "nueva normalidad" implica modificaciones en patrones de comportamiento y consumo que llegaron para quedarse.

Por ejemplo, es incierta la rapidez del despegue del turismo internacional. Parece obvio que las compras en línea y los servicios de entrega tendrán una expansión significativa en los próximos años. Por fortuna, los cuentapropistas han estado en la avanzada, y uno solo puede imaginarse que este sea solo el comienzo. Asimismo, se observan señales esperanzadoras en el funcionamiento de alianzas entre el sector público y privado para el desarrollo de nuevos esquemas productivos. Sin embargo, este comportamiento no es homogéneo, y muchos

the fall in demand, and inevitable changes to business models. Many enterprises have had to reinvent themselves to survive in the new circumstances, and several analysts predict that the "new normality" implies modifications in behavior and consumption patterns that are here to stay.

For example, the speed at which international tourism will resume is uncertain. It seems obvious that online shopping and delivery services will see a significant expansion in the coming years. Fortunately, the self-employed sector has been at the forefront of this move, and one can only imagine that this is just the beginning. Likewise, there are encouraging signs in the operation of public-private partnerships for the development of new production schemes. However, this behavior is not homogeneous, and many businesses are at risk of disappearing. The sector is still suffering from the unnecessary restrictions of an outdated regulatory framework. It appears an unhappy coincidence that the boost to the sector comes when the economic crisis leaves few alternatives. This is a sure recipe for stagnation and the squander of our own strengths.

On July 16, the Cuban government announced the implementation of an anti-crisis strategy that rescues an important part of the agenda of changes contained in the economic "update" plan. The published document includes provisions that indicate an expansion of the role of the private and cooperative sector. However, some of the most important proposals have not been deployed in a timely manner. For example, there are high expectations regarding changes to the agricultural model, the additional flexibility of self-employment, with the elimination of the current categories and their replacement by a negative list; and the imple-

- negocios corren el riesgo de desaparecer. Todavía el sector sufre las restricciones innecesarias de un marco regulatorio anticuado. Incluso parece una coincidencia infeliz el hecho de que el impulso al sector llega cuando la crisis económica deja pocas alternativas. Esa es una receta segura para el estancamiento y el desaprovechamiento de nuestras propias fuerzas.

El 16 de julio, el Gobierno cubano anunció la implementación de una estrategia anticrisis que rescata una parte importante de la agenda de cambios contenidos en la "actualización". El documento publicado incluye provisiones que indican una expansión del papel del sector privado y cooperativo. No obstante, algunas de las propuestas más importantes no han tenido un despliegue oportuno. Por ejemplo, existen grandes expectativas respecto a los cambios en el modelo agropecuario, la flexibilización adicional del cuentapropismo con la eliminación de las categorías actuales y su sustitución por una lista negativa; o la implementación del marco legal para la constitución de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES).

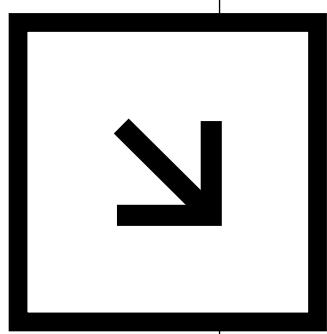
En las condiciones actuales, y habiendo observado la gran capacidad de adaptación y supervivencia del cuentapropismo, parece claro que, si bien existen enormes desafíos hacia el futuro, el desarrollo del sector y la posibilidad de que ocupe un lugar más prominente en el panorama productivo nacional dependen mucho más de la adecuación de las normas y regulaciones a las necesidades del desarrollo perspectivo del país. Hay una enorme comunidad allá afuera que está esperando una nueva oportunidad.

¡ES EL MOMENTO!

mentation of the legal framework for the constitution of micro, small and medium enterprises (MSMEs).

In the current conditions, and having observed the vast adaptive and survival capacity of the self-employed sector, it appears clear that despite the enormous challenges ahead, the development of this sector and the possibility of it occupying a more prominent role in the national productive scene depend greatly on the adaptation of the norms and regulations to the future development needs of the country. There is a huge community out there waiting for a new opportunity.

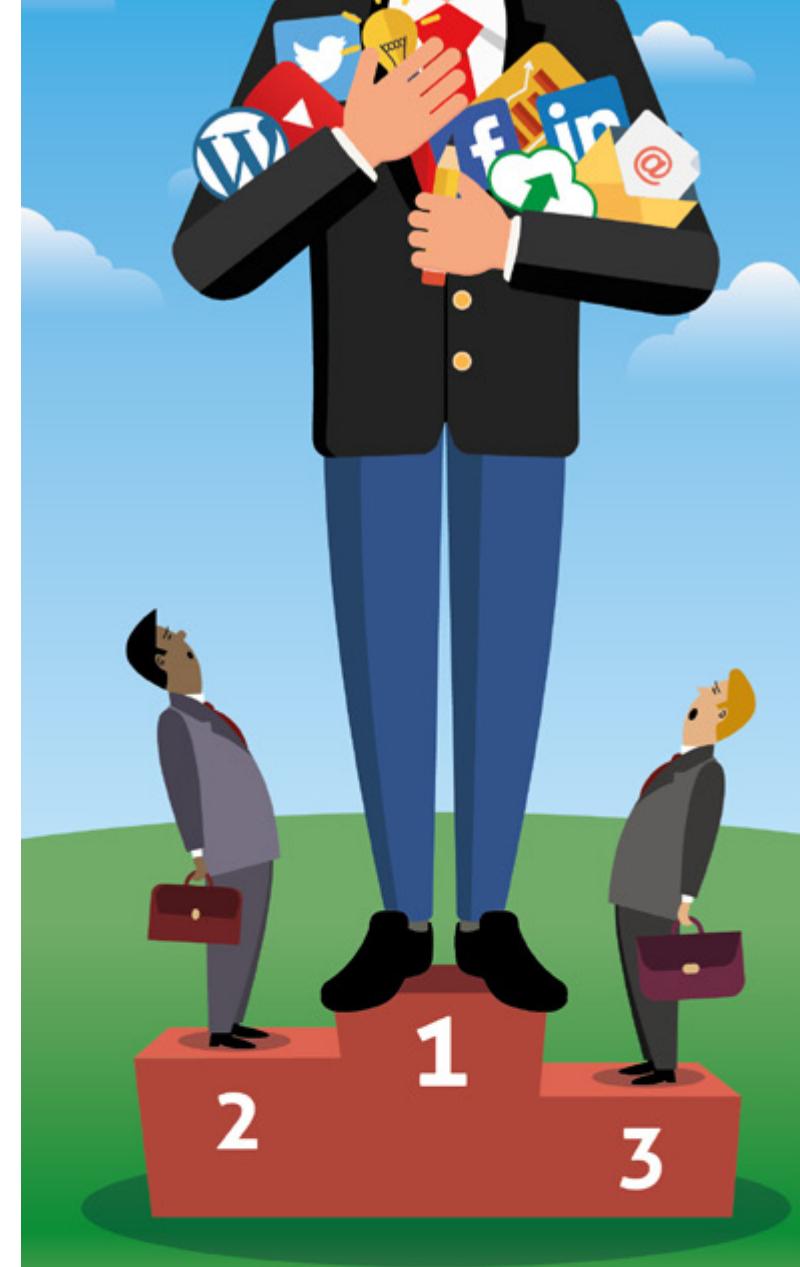
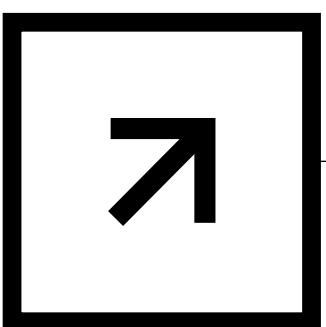
NOW IS THE TIME!



"HAY UNA
ENORME
COMUNIDAD
ALLÁ AFUERA
QUE ESTÁ ES-
PERANDO UNA
NUEVA OPO-
TUNIDAD"

-
-
-
-

"THERE IS A
HUGE COM-
MUNITY OUT
THERE WAITING
FOR A NEW
OPPORTUNITY"



DESARROLLO WEB
MARKETING DIGITAL
DISEÑO GRÁFICO

 **GERBET**
Te hace crecer

www.gerbet.net
gerbet@gerbet.net

+53 53027371



H

e encontrado una nueva forma de administrar mi tiempo. Hace un mes he comenzado a correr y al menos cubro unos 20 o 25 kilómetros a la semana, tiempo que se traduce en dos horas y media. Los primeros días lo hacía escuchando música, como todos, hasta que me planteé la posibilidad de hacer algo mejor durante mi trayecto. Fue así que comencé a escuchar podcast de emprendimientos, y es por esto que en este artículo les hablaré de los que, hasta ahora, encuentro más interesantes.

QUÉDATE CON EL CAMBIO, SABANDIJA ASQUEROSA KEEP THE CHANGE, YOU FILTHY ANIMAL

Tengo que admitir que de este podcast me enamoró hasta el título. David Moral y Álvaro Sánchez hacen uso de un humor bien cuidado para contar sus experiencias como emprendedores, mientras ayudan a sus oyentes a hacer realidad el sueño de crear sus propias empresas.

I have to admit that i fell in love even with the title of this podcast. David moral and alvara sanchez make use of well-cared for humor to tell us about their experiences as entrepreneurs, while helping their listeners make the dream of creating their own ventures come true.

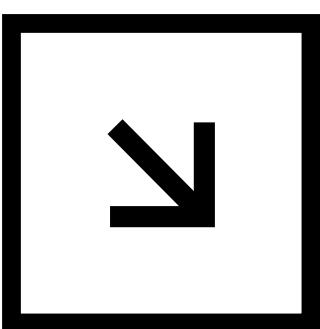
GREAT WOMEN OF BUSINESS

Este podcast, en inglés, nos cuenta sobre mujeres conocedoras de los negocios que lucharon contra el sexismio hasta llegar a la Suite Ejecutiva. Son historias tanto estimulantes como inspiradoras. Desde Coco Chanel hasta Mrs. Fields, desde Julia Child hasta Martha Stewart; en esta serie especial de 12 episodios se presentan los triunfos de mujeres adelantadas a su tiempo. A través de sus historias, se examinan sus principios comerciales más innovadores y cómo moldearon su trabajo y sus vidas.

This podcast tells us about business savvy women who fought sexism all the way to the Executive Suite. They are both inspiring and stimulating stories. From Coco Chanel to Mrs. Fields, from Julia Child to Martha Stewart, this 12-episode special series features the triumphs of women ahead of their time. Through their stories, they examine their most innovative business principles and how they shaped their work and their lives.

ENG

I have found a new way to manage my time. I started running a month ago and I cover at least 20 to 25 kilometers a week, which means two and a half hours. During the first days, I did it listening to music, like everybody else, until I thought about doing something better during my run. So I started to listen to podcasts about entrepreneurship, and that's why in this article I will talk about the ones I have found most interesting so far.



CÁLLATE Y VENDE SHUT UP AND SELL

En este podcast conducido por Gerardo Rodríguez, tendrás acceso a consejos y herramientas que podrán garantizar el éxito profesional de cualquier vendedor (y emprendedor, por supuesto)

In this podcast hosted by Gerardo Rodriguez, you can access tips and tools that can guarantee the professional success of any salesperson (and entrepreneur, of course).

LIBROS PARA EMPRENDEDORES BOOKS FOR ENTREPRENEURS

Aquí se acabaron las excusas... ya no existen los "no tengo tiempo para leer". Cada semana, Luis Ramos, haciendo uso de un carisma que impide que el podcast nos resulte monótono; resume un libro diferente sobre negocios en aproximadamente una hora de duración. Los temas cubren un espectro muy amplio: Marketing, networking, ventas, motivación, liderazgo etc.

No more excuses... there is no more "I don't have time to read." Every week, Luis Ramos, using a charisma that prevents the podcast from being monotonous, summarizes a different book on business in about an hour. The topics cover a very wide spectrum: Marketing, networking, sales, motivation, leadership, etc.

PODCAST PARA

EMPREN- DEDORES

PODCAST FOR ENTREPRENEURS

POR / BY: RIGO GARCÍA BERRIEL



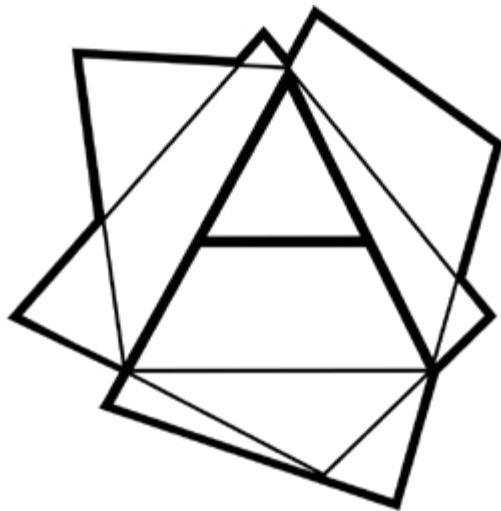


VIVA LA
NEGOCIATION

mandao

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

