

// FINCA HERMOSA / AMAZON / SKALAN2 / WHATSAPP BUSINESS //

INSPIRES & MAKES IT HAPPEN

negolution

AGO

MARICEL PONVERT ISER
JOSÉ MANUEL AMARO

D'MARIE

ISSUE 30

// HOLISTIC WELLNESS CENTER / CENTRO HOLÍSTICO DE BIENESTAR //



CASO DE ÉXITO SUCCESS STORY

- 08** Vista Hermosa: producción, sostenibilidad y gastronomía
Vista Hermosa: Production, sustainability and gastronomy
- 12** Amazon: De la venta de libros a una de las empresas más exitosas de la historia
Amazon: From bookseller to one of the most successful companies ever

GREENBIZ

26 Skalan2 en La Habana: vencer las rocas
Skalan2 en La Habana: Overcoming the rocks

LA COLUMNA THE COLUMN

32 Habana Espacios Creativos, convergencias culturales para emprender
Habana Espacios Creativos: Cultural convergence for entrepreneurship

MARCA DIGITAL EN CUBA

40 DIGITAL BRANDING IN CUBA
Las mieles de WhatsApp Business para acercarte a tus clientes
WhatsApp Business brings you closer to your customers

EN PORTADA / COVER
MARICEL PONVERT ISER
JOSÉ MANUEL AMARO
FOUNDERS D'MARIE
PHOTO: IRENE PÉREZ





DISFRUTA NUESTRO SABOR DESDE CASA



**Servicio a Domicilio
Todos los días**
Marianao - 72610091
Miramar - 51473439
La Lisa - 72718794
Playa - 72723909

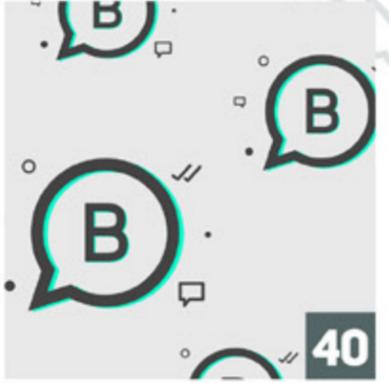
www.juankyspan.com

Facebook/ Instagram: @juankyspan

CONTENTS

AGOSTO ISSUE 30

- 44 **INVEST**
Importar y exportar en el sector privado.
Potencialidades escondidas de una actividad prometedora
Importing and exporting in the private sector.
The hidden potential of a promising activity
- 50 **PITCH**
Viterbit: la plataforma que atrae y gestiona el talento en tu empresa
Viterbit: The platform that attracts and manages talent in your company
- 54 **EMPREDIMIENTO SOCIAL**
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
Un "Gao" en La Habana:
Made in Italy
A "Gao" in Havana: Made in Italy
- 60 **BIZADVICE**
Tú no quieres seguidores.
QUIERES CLIENTES
You don't want followers. YOU WANT CUSTOMERS



12



32



HABANA FEDACIÓN

INSPIRES
& MAKES IT
HAPPEN

@negolution
negolution
@negolution



DEAR
NEGOLUTIONARIES

Suscribe at : negolution@gmail.com

Qué difíciles meses para tod@s! Ha sido muy duro y sigue siendo mantener la energía y seguir adelante, espero la estén encontrando y no se cansen de luchar por sus sueños.

La situación del país, la salud, el confinamiento, todo hace que sea muy complicado seguir adelante. Pero, no se me detengan queridos negolutionarios, no dejen de estar enfocados en lo que quieren conseguir, que el trabajo será recompensado.

En este número les pido no se pierdan el Bizadvice. Les damos tips maravillosos para vender en las redes y hacer de sus seguidores, fieles clientes.

También tenemos en portada a D' Marie, un negocio muy necesario para mantener la mente tranquila y el cuerpo relajado, no dejen de conocer su historia y los servicios que ofrecen.

Qué les parece escalar, para mí es un deporte de fuerza y concentración, muy apto para los emprendedores, nos ayuda a mantenernos ágiles de cuerpo y mente.

Por supuesto nuestro caso de éxito internacional no podía dejar de hablar de Amazon, la súper empresa que comenzó vendiendo libros. Jeff Bezos utilizó toda la data que generaron sus usuarios para ofrecerles productos variados y crear la súper empresa que tiene ahora mismo. Sus familiares y amigos invirtieron en la empresa para hacerla crecer sin saber a dónde llegaría, ustedes le darían dinero a un amigo con una buena idea? En el riesgo a veces encontramos buenas recompensas...

Ojalá disfruten este número y que nos sigan leyendo, comentando, compartiendo, sin ustedes no somos nada queridos negolutionarios...y arriba esos ánimos que todo estará bien!

MARTA DEUS



What a difficult few months for everyone! It has been, and continues to be, very hard to maintain energies and push forward. I hope you have found your inner strength and haven't given up on fighting for your dreams.

The situation in the country in terms of health, the lockdown, and everything else, makes it very complicated to move forward. But don't stop now, dear negolutionaries. Don't stop focusing on what you want to achieve, because your efforts will be rewarded.

Unmissable in this issue is our BizAdvice section, where we bring you some excellent tips on how to secure sales on social networks, and turn your followers into loyal customers.

We also have D'Marie on the cover – a very necessary business to keep your mind and body calm and relaxed. Don't miss the story and the services offered.

And how about a spot of rock climbing? For me it's a sport of strength and concentration, and thus very suitable for entrepreneurs, as it can help us remain nimble both in body and mind.

Of course our international success story section could not fail to mention Amazon, the super company that started off selling books. Jeff Bezos used all the data generated by its users to offer them a variety of products and create the super company it is today. His family and friends invested in the company to make it grow without knowing where it would end up. Would you give money to a friend with a good idea? By taking risks, we sometimes get the best rewards.

I hope you enjoy this issue and that you keep reading, commenting, and sharing our publications. Without you we are nothing, dear negolutionaries. And keep up those spirits, everything is going to be alright!

PHOTOS:  VISTA HERMOSA

Production,
sustainability
and gastronomy



VISTA HERMOSA

PRODUCCIÓN, SOSTENIBILIDAD
Y GASTRONOMÍA

“MANTENEMOS UN RITMO DE TRABAJO CONSTANTE: 7 DÍAS A LA SEMANA, LOS 365 DÍAS DEL AÑO, PORQUE EL ORDEÑO DE VACAS Y CABRAS ES UNA RUTINA DIARIA”

“We maintain a constant work rhythm: 7 days a week, 365 days a year, because milking cows and goats is a daily routine”



Finca Vista Hermosa apuesta por un ciclo cerrado de producción, desde la sostenibilidad y la agroecología, hasta servicios como la gastronomía y distribución a domicilio, con ayuda del emprendimiento Mandaó, este último incorporado recientemente por la pandemia de COVID-19.

Como valor agregado, la propiedad es casi autónoma respecto a los insumos. Esta soberanía, calcula el coordinador del proyecto Raúl Relova, ronda el 70 % y comprende el pasto y forraje, cultivado en las 67 hectáreas que sirve de alimento a vacas, toros, cabras, cerdos, conejos y aves de corral.

La zona, ubicada en Bacuranao, municipio habanero de Guanabacoa, cuenta con cinco variedades de caña, el pasto

ENG *Finca Vista Hermosa is committed to closed cycle production, from sustainability and agroecology, to services such as gastronomy and home deliveries, with the help of the Mandaó enterprise, which it joined recently due to the COVID-19 pandemic.*

As an added value, the farm is almost autonomous in terms of its inputs. This sovereignty, according to project coordinator Raúl Relova, reaches around 70%, and includes pasture and fodder, grown on the 67 hectares that serve as food for cows, bulls, goats, pigs, rabbits and poultry.

The area, located in Bacuranao, in the Havana municipality of Guanabacoa, grows five varieties of sugarcane, King Grass and other high-protein plants. It also uses the whey from the cheeses produced on the farm and the food waste from each of the production processes to feed the pigs.

“We maintain a constant work rhythm: 7 days a week, 365 days a year, because milking cows and goats is a daily routine. This involves processing and obtaining milk derivatives and the delivery of this input. The day starts at 6 a.m. and is divided into shifts,” Raúl explained.

Traditionally, the farm’s gastronomic offerings included breakfast on weekends and lunch and dinner

PDF / BY: DANAY GALLETTI



King Grass y otras plantas proteicas. Asimismo, emplea en la nutrición del ganado porcino los sueros de los quesos elaborados en la finca y los residuos de cada uno de los procesos productivos.

“Mantenemos un ritmo de trabajo constante: 7 días a la semana, los 365 días del año, porque el ordeño de vacas y cabras es una rutina diaria. Eso implica el procesamiento y obtención de los derivados de la leche y la entrega de ese insumo. La jornada comienza a las 6 de la mañana y se divide en turnos”, acotó.

Tradicionalmente, la finca incluía dentro de sus ofertas gastronómicas la confección de desayunos los fines de semana y el resto de los días almuerzo y cena. A juicio de Raúl, esa dinámica productiva implica el respeto a los periodos de mantenimiento y conservación de los medios.

De ahí que el personal de la finca—alrededor de 50 personas de diversidad de oficios y profesiones—comprenda a técnicos calificados, ingenieros, especialistas en el proceso inversionista, electricistas, mecánicos y encargados del cuidado de los sistemas de riego, ordeño y el centro de elaboración.

Si bien la mayoría de los trabajadores posee una amplia experiencia, otra de las potencialidades del espacio es la capacitación en centros de investigaciones y cursos asociados a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

“Somos un proyecto orientado al desarrollo en cuestiones como calidad,

“SOMOS UN PROYECTO ORIENTADO AL DESARROLLO EN CUESTIONES COMO CALIDAD, INOCUIDAD, INTRODUCCIÓN DE NUEVAS VARIETADES DE QUESOS, EMBUTIDOS Y LÍNEAS DE SUMINISTRO”

inocuidad, introducción de nuevas variedades de quesos, embutidos y líneas de suministro. Tenemos un know how adquirido con amigos de Italia para la elaboración de quesos artesanales, conocimientos adaptados a las condiciones y materias primas presentes en Cuba”, comentó Raúl.

Entre las peculiaridades de la finca, menciona, el empleo de energía renovable y la creación de un

the rest of the week. In Raúl's opinion, this productive dynamic respects the maintenance and conservation periods of the facilities.

That is why the farm's staff – about 50 people from a variety of trades and professions – comprises qualified technicians, engineers, investment process specialists, electricians, mechanics and people in charge of the irrigation systems, milking and the processing center.



biodigestor para generar energía con el uso del estiércol, frente a la suspensión del suministro eléctrico y la necesidad imperiosa de conservar los insumos.

Vista Hermosa asume dos líneas fundamentales: el sector estatal con los encargos sociales de leche y carne en volúmenes considerables y una segunda destinada al mercado alternativo y en crecimiento. Ejemplo de ello, resulta la negociación con hoteles de cadenas como Meliá e Iberostar que han mostrado interés en sus quesos artesanales.

Espicias, vegetales, yogurt, embutidos, croquetas y hamburguesas constituyen productos ofertados en la finca y vendidos mediante el empleo de redes sociales como WhatsApp, sobre todo, desde el comienzo de la pandemia con las restricciones de movilidad y el cierre de lugares asociados a la misma.

Hace una década la Finca Vista Hermosa solo respondía a una producción tradicional de leche y carne. Tras la creación del restaurante Mediterráneo Habana surgió la idea de abastecer en cantidad y calidad la demanda y menú de esa instalación gastronómica.

“Podemos catalogarnos como un emprendimiento feliz y satisfactorio, basado en el alcance de las metas propuestas y de una actividad económica interesante. Hoy, organizamos con el gobierno de Guanabacoa y las empresas estatales un proyecto de desarrollo local, aprobado en febrero último y pendiente de ejecución”, concluyó Raúl Relova.

Although most of the workers have extensive experience, another strength of the space is the possibility of training in research centers and courses associated with the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

“We are a project focused on development in areas such as quality, safety, introduction of new varieties of cheese, lunchmeat and supply lines. We have know-how acquired through friends from Italy for the production of artisan cheeses, knowledge adapted to the conditions and raw materials present in Cuba,” Raúl commented.

“WE ARE A PROJECT FOCUSED ON DEVELOPMENT IN AREAS SUCH AS QUALITY, SAFETY, INTRODUCTION OF NEW VARIETIES OF CHEESE, LUNCHMEAT AND SUPPLY LINES”

Among the peculiarities of the farm, he mentions the use of renewable energy and the creation of a biodigester to generate energy with the use of manure. This is of major help in view of power cuts and the need to conserve inputs.

Vista Hermosa assumes two fundamental lines: the state sector with orders of milk and meat in considerable volumes for social welfare, and a second destined to the alternative and growing private market. An example of this are negotiations with hotel chains such as Meliá and Iberostar that have shown interest in the farm's artisan cheeses.

Spices, vegetables, yogurt, lunchmeats, croquettes and hamburgers are products offered on the farm and sold through the use of social networks such as WhatsApp, especially since the beginning of the pandemic due to the mobility restrictions and the closure of associated sites.

A decade ago, Finca Vista Hermosa was solely dedicated to traditional milk and meat production. After the creation of the Mediterráneo Habana restaurant, the idea arose to provide the supplies for this gastronomic facility, in terms of both quantity and quality.

“We can categorize ourselves as a happy and satisfactory venture, based on the achievement of proposed goals and interesting economic activity. We are currently organizing a local development project with the government of Guanabacoa and state enterprises, approved last February and pending execution,” Raúl concluded.



POR / BY: MARÍA DEL CARMEN RAMÓN



amazon

From bookseller
to one of the most
successful
companies ever

De la venta de libros a una de las empresas más exitosas de la historia

Unos 27 años de historia le han bastado a Amazon, la gigantesca empresa de compras en línea y streaming, para convertirse en uno de los negocios más exitosos del mundo. La firma norteamericana, nacida oficialmente el 5 de julio de 1994 en Washington bajo el liderazgo del gran visionario Jeff Bezos, ha revolucionado el comercio electrónico en Occidente, y ha impactado en la venta de libros electrónicos, la música y las series en streaming. Según la historia, este estadounidense, uno de los grandes pioneros en la era de

la nueva economía, creó la compañía con una inversión inicial de 10.000 dólares y decidió dar el salto a Wall Street dos años después, con un valor de mercado inicial de 300 millones de dólares. Su estrategia de negocio se basó en reinvertir todo el dinero ganado en su propio crecimiento, por lo que el beneficio fue prácticamente cero hasta 2015. Con el crecimiento exponencial de los usuarios de Internet en Estados Unidos, Amazon se ha expandido hasta el punto de transformar la manera en la que los consumidores hacen sus compras por todo el mundo. Las cifras hablan por sí solas: la empresa cerró 2020 con alrededor de 250.000 millones de dólares,

ENG *Some 27 years have been enough for Amazon, the online shopping giant and streaming company, to become one of the most successful businesses in the world.*

The U.S. firm, officially founded on July 5, 1994, in Washington, under the leadership of the visionary Jeff Bezos, has revolutionized e-commerce in the West, and has had a major impact on the sale of e-books, music and streaming series.

According to the story, Bezos, one of the great pioneers in the era of the new economy, created the company with an initial investment of \$10,000 and decided to make the leap to Wall Street two

• • • •

“AMAZON SE HA EXPANDIDO HASTA EL PUNTO DE TRANSFORMAR LA MANERA EN LA QUE LOS CONSUMIDORES HACEN SUS COMPRAS POR TODO EL MUNDO”

“AMAZON HAS EXPANDED TO THE POINT OF TRANSFORMING THE WAY CONSUMERS SHOP AROUND THE WORLD”

• • • •

years later, with an initial market value of \$300 million. His business strategy was based on reinvesting all the money earned in its own growth, so profits were practically zero until 2015.

With the exponential growth of Internet use in the United States, Amazon has expanded to the point of transforming the way consumers shop around the world. The numbers speak for themselves: the company closed 2020 with around \$250 billion, and is currently close to \$2 trillion U.S. dollars.

The reasons for this growth are linked to the diversification



• • • •

y actualmente está próxima a los 2 trillones de dólares americanos.

Las razones del crecimiento tienen que ver con la gran diversificación lograda. Posee cerca de 600 tiendas físicas, operadas directamente por ellos, diversas filiales, y se está adentrando en el negocio de las farmacéuticas, de los seguros, de los préstamos.

Su gran éxito fue lanzar en 2002 Amazon Web Services (AWS), lo que lo convirtió en líder mundial del negocio en la nube. Esto supone a Amazon casi 50.000 millones de dólares anuales, y se estima que puede llegar hasta ingresar cerca de 25.000 millones de dólares en marketing digital.

Amazon también supo ir más allá, e impulsó la apertura de nuevas líneas muy rentables, como las producciones audiovisuales de Prime Video o el negocio de servidores de AWS. De acuerdo con datos de la compañía, en 2020 gastó 11.000 millones de dólares en programas de televisión, películas y contenido musical.

Una de las regiones donde Amazon se ha hecho más fuerte es en Norteamérica. Analistas estiman que pueden existir 150 millones de suscriptores Prime en Estados Unidos, por lo que la mayoría de los hogares de ese país tienen al menos un miembro prime.

Sin embargo, el 29 de julio de 2020 en una audiencia del Congreso, Jeff Bezos declaró: “El mercado minorista en el que participamos es extraordinariamente grande y competitivo. Amazon representa menos del 1% del mercado minorista global y menos del 4% del comercio minorista de EE UU”.

achieved. Amazon has about 600 physical stores, operated directly by the firm, several subsidiaries, and is entering the pharmaceutical, insurance and lending businesses.

Its great success was the launch in 2002 of Amazon Web Services (AWS), which made it the world leader in the cloud business. This represents almost 50 billion dollars a year for Amazon, and it is estimated that it can earn up to 25 billion dollars in digital marketing.

Amazon was also able to go further with promoting the opening of



new highly profitable lines, such as Prime Video audiovisual productions and the AWS server business. According to company data, in 2020 it spent \$11 billion on television programs, movies and music content.

One of the regions where Amazon has become strongest is North America. Analysts estimate that there are 150 million Prime subscribers in the United States, so most U.S. households have at least one Prime member.

However, on July 29, 2020, at a Congressional hearing, Jeff Bezos stated, “The retail market we participate in is extraordinarily large and competitive. Amazon accounts for less than 1% of the \$25 trillion global retail market, and less than 4% of U.S. retail.”

According to Forbes magazine, the reality is that if Amazon, the big business that was born in a garage in Seattle a quarter of a century ago, continues with projected sales growth, it could have revenues in excess of 800 billion dollars by 2025.

Analysis published by Forbes, specialized in the world of finance and

“LAS RAZONES DEL CRECIMIENTO TIENEN QUE VER CON LA GRAN DIVERSIFICACIÓN LOGRADA. POSEE CERCA DE 600 TIENDAS FÍSICAS, Y SE ESTÁ ADENTRANDO EN EL NEGOCIO DE LAS FARMACÉUTICAS, DE LOS SEGUROS, DE LOS PRÉSTAMOS”

“THE REASONS FOR THIS GROWTH ARE LINKED TO THE DIVERSIFICATION ACHIEVED. AMAZON HAS ABOUT 600 PHYSICAL STORES, AND IS ENTERING THE PHARMACEUTICAL, INSURANCE AND LENDING BUSINESSES”

La realidad es que, de acuerdo con la revista Forbes, de continuar su proyección en subidas de ventas, Amazon, el gran negocio que nació en un garaje en Seattle hace un cuarto de siglo, podría tener ingresos por encima de 800.000 millones de dólares en 2025.

Según un análisis publicado por esta publicación especializada en el mundo de las finanzas y los negocios, el gran reto de Amazon será pasar ahora a una nueva fase de crecimiento: explorar otras fuentes de ingresos, tener presencia en muchos mercados (India, Latam, Europa), expandir su huella de tiendas físicas, entrar en el sector de la salud y en el de la distribución de alimentos y bebidas, y llegar a los 300 millones de Amazon prime antes de 2024.

business, reveals that Amazon's next challenge is to move into a new phase of growth: exploring other sources of income, having a presence in many markets (India, Latin America, Europe), expanding its footprint of physical stores, entering the health sector and food and beverage distribution, and reaching 300 million Amazon Prime customers by 2024.



“EL GRAN NEGOCIO QUE NACIÓ EN UN GARAJE EN SEATTLE HACE UN CUARTO DE SIGLO, PODRÍA TENER INGRESOS POR ENCIMA DE 800.000 MILLONES DE DÓLARES EN 2025.”

“THE BIG BUSINESS THAT WAS BORN IN A GARAGE IN SEATTLE A QUARTER OF A CENTURY AGO, CONTINUES WITH PROJECTED SALES GROWTH, IT COULD HAVE REVENUES IN EXCESS OF 800 BILLION DOLLARS BY 2025.”



\$1000

- 6 Rollitos Primavera
- 20 Piezas de Sushi
- 16 Yakitoris
- Arroz Frito
- Postre
- Líquidos (2)

\$1400

- 6 Rollitos Primavera
- 20 Piezas de Sushi
- 2 Platos Fuertes a elegir: Camarón, Cerdo, Pollo o Pescado
- Arroz Frito
- Postre
- Líquidos (2)



Combos

Familiares

PARA 2 PERSONAS

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



ARTPRINT
IMPRIME TUS IDEAS

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

artprintcu@gmail.com



D'MARIE
 "EL MASAJISTA TIENE QUE
 TRABAJAR DESDE EL CORAZÓN"

ENG *As an old saying goes, those who persevere succeed. In the end, that's what life is all about: pursuing your dreams. Maricel Ponvert Iser knows this well. After many ups and downs, she decided to set up a massage salon.*

The first attempt failed despite her determination. But some time later, with more experience and better prepared, she tried again. And she succeeded. She even went further.

Today, her business is located in the heart of Havana's Vedado district, designed in homage to the Virgin Mary and Oshún, a mystical place where one appreciates peace and good vibes.

What distinguishes it from other salons in the capital?

Bamboo interior decoration, the smell of incense in the air. Entering the salon is like sud-

Dice un viejo refrán popular que el que persevera triunfa. Al final la vida se trata de eso: de perseguir tus sueños. Bien lo sabe Maricel Ponvert Iser, quien se propuso luego de muchos azares de la vida montar un salón de masajes.

El primer intento fracasó a pesar del empeño. Pero un tiempo después, con más experiencia y mejor preparada lo volvió a intentar. Y lo logró. Incluso fue más allá.

En pleno corazón del Vedado habanero tiene hoy su negocio, diseñado en homenaje a la Virgen María y a Oshún, un lugar místico, donde se respira paz y buena vibra.

¿Qué lo distingue de otros salones en la capital?

Decoración interior de bambú, el olor a incienso en el aire, de pronto al entrar en el salón es como adentrarse

en un espacio de relax y sanación. Un espacio para escapar del estrés de la ciudad, el trabajo y la cotidianidad.

El Centro Holístico y de Bienestar D'Marie cumple ya 5 años de creado, y es el lugar preferido por muchas de las personas que en la capital de Cuba optan por una opción de salud física y espiritual en manos de profesionales.

Aquí se unen lo mejor de las técnicas de masaje y reiki, con un colectivo encabezado por Maricel, una mujer con un espíritu emprendedor enorme.

"He trabajado en diferentes áreas, pero siempre he tenido una rela-

"LLEGAR A ESTE CENTRO HOLÍSTICO Y DE BIENESTAR ES LITERALMENTE CAER EN BUENAS MANOS, Y VIVIR LA MÍSTICA DE LA CULTURA ORIENTAL EN EL CORAZÓN DE LA HABANA"

"TO ARRIVE AT THIS HOLISTIC AND WELLNESS CENTER IS LITERALLY TO FALL INTO GOOD HANDS, AND TO EXPERIENCE THE MYSTIQUE OF ORIENTAL CULTURE IN THE HEART OF HAVANA"

" THE MASSAGE THERAPIST HAS TO WORK FROM THE HEART "

PHOTO: IRENE PÉREZ
 POR / BY: LISANDRA ANDRÉS



ción especial con los masajes, desde que siendo una adolescente de 16 años comencé a recibirlos”, cuenta Maricel.

De los inicios...

Cuando su primer salón de masajes tuvo que cerrar por falta de clientes, comenzó a trabajar a domicilio. Ahí empezó a hacerse de clientes

habituales. Luego de 16 años una amiga le sugirió volver a abrir un local y valerse de promoción para poder lograr lo que no pudo la primera vez que se lanzó en este negocio.

“Para ese entonces mi esposo practicaba el reiki en tercer nivel, un tipo de medicina alternativa japonesa considerada como pseudoterapia, englobada dentro de las terapias de energía. Entonces decidí montar un centro donde uniera las dos actividades”.

“HE TRABAJADO EN DIFERENTES ÁREAS, PERO SIEMPRE HE TENIDO UNA RELACIÓN ESPECIAL CON LOS MASAJES, DESDE QUE SIENDO UNA ADOLESCENTE DE 16 AÑOS COMENCÉ A RECIBIRLOS”

“SOMOS UN EQUIPO DE MASAJISTAS Y REIKISTAS QUE ARMONIZAMOS LOS CUERPOS FÍSICOS, A NIVEL MENTAL, EMOCIONAL Y ESPIRITUAL”

“WE ARE A TEAM OF MASSAGE THERAPISTS AND REIKI PRACTITIONERS WHO HARMONIZE PHYSICAL BODIES, ON A MENTAL, EMOTIONAL AND SPIRITUAL LEVEL”

denly coming upon a space of relaxation and healing. A place to escape from the stress of the city, work and everyday life.

D’Marie Holistic and Wellness Center has been in existence for 5 years and is the preferred place for many people in the Cuban capital who opt for a boost to their physical and spiritual health in the hands of professionals.

Here the best of massage and reiki techniques come together, with a collective headed by Maricel, a woman with an enormous entrepreneurial spirit.

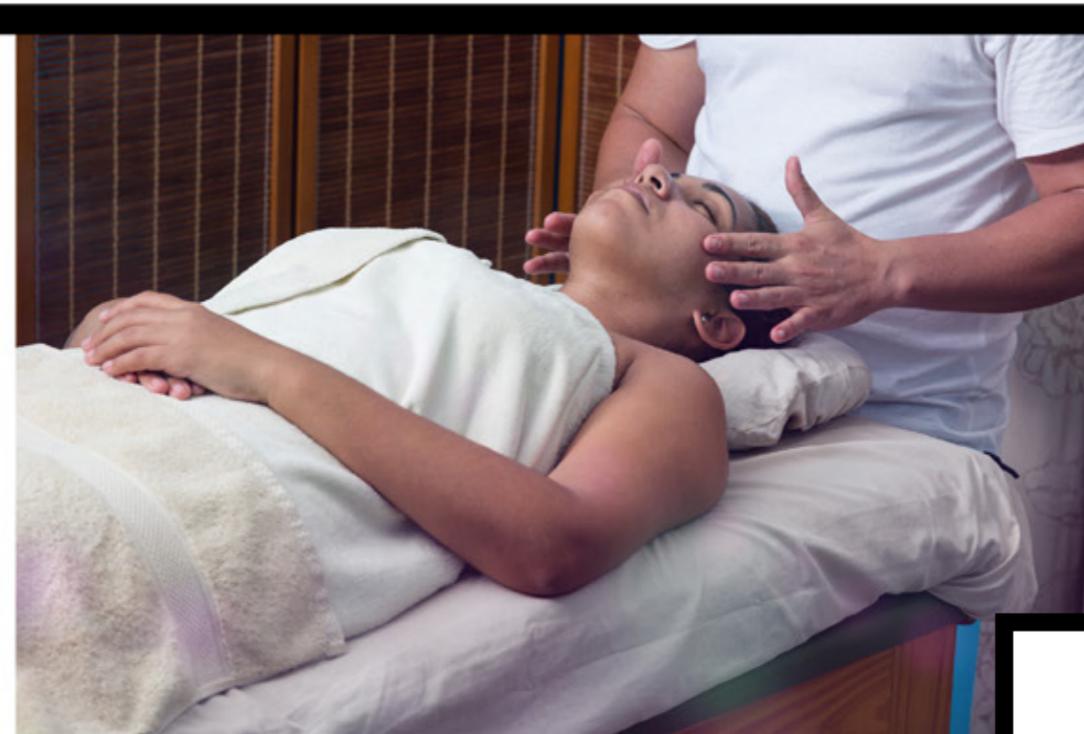
“I have worked in different areas, but I have always had a special relationship with massage, since I started receiving them as a 16-year-old teenager,” Maricel explains.

From the beginning...

When her first massage salon had to close due to lack of clients, Maricel started offering home services. That’s when she began to get regular clients. After 16 years, a friend suggested she reopen a salon and use promotion to achieve what she couldn’t the first time round with the business.

“At the time, my husband was practicing third-level reiki, a type of Japanese alternative medicine considered pseudotherapy, grouped among energy therapies. So I decided to set up a center where I could unite the two activities.”

That is why her business, as she describes it, is not a spa, but a holistic



Es por eso que su negocio, como ella misma lo describe, no es un spa, es un centro holístico donde, además de masajes, todos sus trabajadores están capacitados en las técnicas del reiki, y tienen, al menos, el primer nivel.

“Cuando fuimos a abrir tenía dominio del masaje y las especialidades, pero no contaba con todos los conocimientos empresariales para montar el negocio, para hacerlo próspero. Por eso fui a CubaEmprende, pasé el taller, y pude hacerme de las herramientas necesarias, y gracias

a ese taller, te puedo asegurar, que mi negocio ha llegado hasta este punto: tenemos clientes, tenemos trabajo, y hacemos lo que nos gusta, somos felices”, asegura.

¿Qué encontrar en D’Marie?

“Somos un equipo de masajistas y reikistas que armonizamos los cuerpos físicos, a nivel mental, emocional y espiritual. Para lograr el

center where, in addition to massage, all her workers are trained in reiki techniques, at least to the first level.

“When we opened, I had mastered the massage and the specialties, but I didn’t have all the business knowledge to set up the venture, to make it prosperous. That’s why I went to CubaEmprende, passed the workshop, and was able to get the necessary tools, and thanks to that workshop, I can assure you, my business has reached this point: we have customers, we have work, and we do what we like, we are happy,” she notes.

What can you find at D’Marie?

“We are a team of massage therapists and reiki practitioners who harmonize physical bodies, on a mental, emotional and spiritual level. To achieve the absolute well-being of the client.” This is their letter of introduction.

“ I HAVE WORKED IN DIFFERENT AREAS, BUT I HAVE ALWAYS HAD A SPECIAL RELATIONSHIP WITH MASSAGE, SINCE I STARTED RECEIVING THEM AS A 16-YEAR-OLD TEENAGER”





“ES POR ESO QUE SU NEGOCIO, NO ES UN SPA, ES UN CENTRO HOLÍSTICO DONDE, ADEMÁS DE MASAJES, TODOS SUS TRABAJADORES ESTÁN CAPACITADOS EN LAS TÉCNICAS DEL REIKI

“THAT IS WHY HER BUSINESS, IT, IS NOT A SPA, BUT A HOLISTIC CENTER WHERE, IN ADDITION TO MASSAGE, ALL HER WORKERS ARE TRAINED IN REIKI TECHNIQUES”





“SI NO LE PONES CORAZÓN A LO QUE HACES LAS MANOS NO TE PUEDEN RESPONDER BIEN. YO CUIDO A MIS TRABAJADORES Y ELLOS ME CUIDAN A MIS CLIENTES”

bienestar absoluto del cliente”. Esta es su carta de presentación.

Y realmente todo esto se encuentra en D’Marie. Servicios como las sesiones de microdermoabrasión ofrecen un peeling mecánico para eliminar células muertas de la piel, atenuar imperfecciones del cutis y reducir las agresiones solares, servicios estéticos como las mascarillas naturales y las depilaciones, limpiezas de cutis, de espalda.

Además de los cursos de masajes y las sesiones de meditación, ofrece una diversa variedad de masajes: para bebés, reflexología podal, masajes especializados para adolescentes y estudiantes de danza, quiropraxia, ventosas, reductor localizado, drenaje linfático y hasta la modalidad en pareja.

¿Modelo de negocios o filosofía de vida?

Cuenta Maricel que su filosofía de vida parte de la premisa de que lo más grande que puede tener una persona es ser buena, ser capaz de ayudar, y así lo aplica en su emprendimiento.

“Si no le pones corazón a lo que haces las manos no te pueden responder bien. Yo cuido a mis trabajadores y ellos me cuidan a mis clientes”.

En este salón todo tiene el valor añadido de la buena energía que emana del empuje, las ganas, el empeño y amor que le pone su creadora, junto a la profesionalidad de los jóvenes que la acompañan. Sin dudas, la mejor elección para curar cuerpo y alma.

And all this really can be found at D’Marie. Services such as microdermabrasion sessions offer mechanical peeling to eliminate dead skin cells, reduce skin imperfections and sun damage; aesthetic services such as natural masks and depilations; facial and body cleansing.

In addition to massage courses and meditation sessions, the center offers a wide variety of massages: for babies, foot reflexology, specialized massages for teenagers and dance students, chiropractic, cupping, localized fat reducer, lymphatic drainage and even the couple modality.

Business model or life philosophy?

Maricel says that her philosophy of life is based on the premise that the greatest thing a person can have is to be good, to be able to help, and she applies it to her business.

“If you don’t put heart into what you do, your hands can’t respond well. I take care of my workers and they take care of my clients.”

In this salon everything has the added value of the good energy that emanates from the drive, desire, commitment and love that its creator puts into it, along with the professionalism of the young team that accompanies her. Undoubtedly, the best choice to heal body and soul.

“IF YOU DON’T PUT HEART INTO WHAT YOU DO, YOUR HANDS CAN’T RESPOND WELL. I TAKE CARE OF MY WORKERS AND THEY TAKE CARE OF MY CLIENTS.”

“SI ERES DE LOS QUE PIENSA QUE EN LA CAPITAL CUBANA NO HAY MOVIMIENTO DE ESCALADORES TE EQUIVOCAS. TIENES QUE VIVIR LA ADRENALINA DE SUPERAR EL MIEDO A LAS ALTURAS DE LA MANO DE LOS MUCHACHOS DE SKALAN2 EN LA HABANA.”

“IF YOU ARE ONE OF THOSE PEOPLE WHO THINK THERE'S NO CLIMBING MOVEMENT IN THE CUBAN CAPITAL, YOU ARE WRONG. YOU SHOULD EXPERIENCE THE ADRENALINE OF OVERCOMING THE FEAR OF HEIGHTS WITH THE HELP OF THE SKALAN2 GUYS IN HAVANA”

POR / BY: LISANDRA ANDRÉS

Skalan2 en La Habana:
Overcoming the rocks

SKALAN2

EN LA HABANA:
vencer las rocas

Amanece casi. La noche anterior apenas durmió. La ansiedad por los desafíos del próximo día lo mantuvo en vela. Un amigo le propuso ir a escalar.

- ¿Escalar en La Habana? Imposible, pensó.

Tiene vértigo, pero lo quiere superar. De pronto se encuentra frente a una pared de piedra de más de 8 metros, con el arnés ajustado al cuerpo y el corazón a full. Pone una mano, apoya el pie, se levanta del suelo.

Daniel acaba de experimentar una de las más intensas sensaciones de su vida.

.....

Daniel David Paulovich es un joven habanero. Siempre le han gustado los deportes extremos: surf, buceo, patinetas.

• • • •

ENG *It's almost dawn. The night before, he barely slept. Anxiety about the next day's challenges kept him awake. A friend had suggested he go rock climbing.*

Climbing in Havana? Impossible, he thought.

He has vertigo, but he wants to overcome it. Suddenly he finds himself in front of a stone wall over 8 meters high, with a harness strapped tight to his body and his heart pounding. He puts out a hand, supports his foot, lifts himself up from the ground.

Daniel has just experienced one of the most intense sensations of his life.

.....

Daniel David Paulovich is a young man from Havana. He has always loved extreme



Siendo un adolescente, y por azar de la vida, cambió el fútbol por la escalada en roca, y hoy, siente que no pudo haber escogido mejor.

Lo que para él comenzó como un hobby pronto se convirtió en la oportunidad de abrir su propio emprendimiento, de ahí que hace casi dos años, en la víspera del verano de 2019, comenzó a tomar forma lo que hoy es Skalan2 en La Habana: una experiencia de escalada deportiva en roca de forma recreativa.

“Llevaba muchas amistades cercanas a escalar para que disfrutaran de la experiencia, y luego más y más personas quisieron sumarse, se interesaban por practicar este deporte con nosotros,

“LLEVABA MUCHAS AMISTADES CERCANAS A ESCALAR PARA QUE DISFRUTARAN DE LA EXPERIENCIA”

“I TOOK MANY CLOSE FRIENDS TO CLIMB SO THEY COULD ENJOY THE EXPERIENCE”

sports: surfing, diving, skateboarding. As a teenager, he swapped soccer for rock climbing, and today, he feels he could not have made a better choice.

What began as a hobby soon became the opportunity to open his own venture. Hence, almost two years ago, close to the summer of 2019, what is now Skalan2 en La Habana began to take shape: a recreational rock climbing experience.

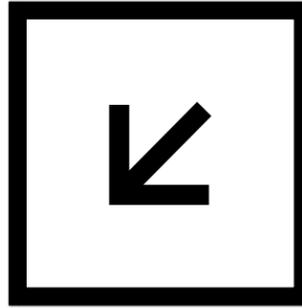
“I took many close friends to climb so they could enjoy the experience, and then more and more people wanted to join us. They were interested in practicing this sport with us, and that’s where the idea of creating a climbing project for beginners came from,” he tells us.

Seeing how people have fun, overcome their fears and bring out their inner courage in each climb motivated Daniel to investigate and learn more in order to improve his skills.

He bought equipment from internationally certified brands to practice the sport and designed the experience with a friend. It includes circuits in the top-rope modality (one of the safest in the world). In the Cuban capital, the experience is mainly offered at two sites: one located near Almendares Park (with a climb approximately 8 meters high) and another in Cojímar. The team also organizes excursions to Jibacoa, where the height triples and exceeds 20 meters.

This movement has gained strength in Cuba in recent years, to the point that there are more than 1,000 routes identified by the Alianza Cubana de Equipadores (ACE) for rock climbing throughout the country, about 700 of them in Viñales, Pinar del Río province.

Before each climb, Daniel offers his clients a kind of class



y de ahí surge la idea de crear un proyecto de escalada para principiantes”, nos cuenta.

Ver cómo la gente se divierte, van superando miedos y sacan el coraje que tiene dentro en cada subida, lo motivó para investigar y aprender más, en aras de perfeccionarse.

Compró equipamiento de las marcas certificadas a nivel internacional para practicar este deporte, diseño de la mano de una amiga la experiencia, que incluye circuitos en la modalidad top-rope (una de las más seguras del mundo). En la capital cubana escalan principalmente en dos circuitos: uno que se encuentra en las inmediaciones del Parque Almendares (de aproximadamente 8 metros de altura) y otro en Cojímar. Aunque también organizan excursiones hacia Jibacoa, donde la altura se triplica, y supera los 20 metros.

En Cuba, este movimiento ha ganado fuerza en los últimos años, al punto de que

or workshop, where he explains not only the technical aspects of rock climbing, but also many other details of this world. He and his team are passionate about this sport.

“All the equipment we use is certified by the International Climbing and Mountaineering Federation, the same that certifies the Olympic Games, for example, it’s very rigorous. As long as we work with these types of accessories and we have taken courses and workshops, the risk is minimal and controlled, which is why it is a sport that can be practiced by children up to the elderly. More than 3,300 people have taken part in the project and we have never had any accidents, nor have we had any injured cli-

“VER CÓMO LA GENTE SE DIVIERTE, VAN SUPERANDO MIEDOS Y SACAN EL CORAJE QUE TIENE DENTRO EN CADA SUBIDA”

“SEEING HOW PEOPLE HAVE FUN, OVERCOME THEIR FEARS AND BRING OUT THEIR INNER COURAGE IN EACH CLIMB”



Tu actitud es la llave que cierra o abre las puertas de tu destino



S. BORGES
Cuban Design



s.borgesdesign.com



GREENBIZ

existen más de 1000 vías equipadas por la Alianza Cubana de Equipadores (ACE) para escalar en todo el país, alrededor de 700 de ellas se encuentran en Viñales, en la provincia de Pinar del Río.

Antes de cada escalada imparte a sus clientes una especie de clase o taller, donde explica además de las cuestiones técnicas para subir por la roca, muchos otros detalles de este mundo. Daniel y su equipo son unos apasionados de este deporte.

“Todos los equipos que usamos están certificados por la Unión Internacional de Asociaciones Alpinistas, la misma que certifica los Juegos Olímpicos, por ejemplo, es muy rigurosa. Mientras trabajemos con este tipo de accesorios y hayamos pasado cursos o talleres, pues el riesgo es mínimo y controlado, de ahí que sea un deporte que pueden practicar desde niños hasta personas mayores. Más de 3.300 personas han pasado por el proyecto y nunca hemos tenido accidentes, ni ningún cliente lesionado. Como proyecto lo que realmente ofrecemos es seguridad”, afirma.

Skalan2 en La Habana ha crecido y se ha diversificado hasta el punto de ofrecer una serie de experiencias de turismo de naturaleza, principalmente enfocado en el turismo nacional. Ayudan a la salud de las personas, a combatir el estrés, descubrir la naturaleza dentro de la ciudad, salir del entorno urbano y vivir la adrenalina que da este tipo de prácticas. Ahora, va más allá de la escalada, estos jóvenes también hacen senderismo, rutas de difícil acceso y muchos otros deportes extremos.

“Cuando estás subiendo la roca te olvidas de los problemas, de todo lo que te rodea, te concentras solamente en ir venciendo los obstáculos uno a uno, y es así mismo como funciona la vida: ir de a una venciendo las adversidades. Me hace feliz ver que las personas se superen. Que las personas pueden salir de su zona de confort. Me alegra que en Cuba tengamos la oportunidad de hacer cosas diferentes, cosas nuevas para recrearse”.

ents. As a project, what we really offer is safety,” Daniel emphasizes. enjoy hiking, difficult access routes and many other extreme sports.

Skalan2 en La Habana has grown and diversified to the point of offering a series of nature tourism experiences, mainly focused on local tourists. They help people’s health, combat stress, discover nature within the city, and experience the adrenaline that this type of activity offers. Beyond climbing, these young people also

“When you are climbing the rock you forget about the problems, about everything around you, you only concentrate on overcoming the obstacles one by one, and that’s how life works: one by one, overcoming the adversities. It makes me happy to see people overcome them. That people can get out of their comfort zone. I’m glad that in Cuba we have the opportunity to do different things, to enjoy new things.”

“CUANDO ESTÁS SUBIENDO LA ROCA TE OLVIDAS DE LOS PROBLEMAS, DE TODO LO QUE TE RODEA, TE CONCENTRAS SOLAMENTE EN IR VENCIENDO LOS OBSTÁCULOS UNO A UNO”

“WHEN YOU ARE CLIMBING THE ROCK YOU FORGET ABOUT THE PROBLEMS, ABOUT EVERYTHING AROUND YOU, YOU ONLY CONCENTRATE ON OVERCOMING THE OBSTACLES ONE BY ONE”



Habana Espacios Creativos: Cultural convergence for entrepreneurship

“EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA HABANA VIEJA SE ENCUENTRA EMPLAZADA LA PRIMERA EXPERIENCIA DE ESTE TIPO EN EL PAÍS: HABANA ESPACIOS CREATIVOS (HEC)”

Plantearse alternativas que tributen al esparcimiento cultural y creativo es ineludible para avanzar en la pirámide del desarrollo cultural. En el escenario cubano actual aún son insuficientes los emprendimientos que aportan un verdadero valor agregado social y cultural, y que, por tanto, pueden adherirse al entramado de las industrias creativas. ¿Qué alternativas se vislumbran, entonces, como respuesta a esta problemática? Si tomamos como referente la Unión Europea,

ENG *It is crucial to consider alternatives that contribute to cultural recreation and creative entertainment in order to advance in the pyramid of cultural development. In the current Cuban scenario, there are still not enough enterprises that provide real social and cultural added value, allowing them to join the framework of creative industries.*

What alternatives are envisioned, then, as a response to this issue? If we take the European Union as a reference point, we find experiences capable of fostering the creative ideology of the Cuban people: creative factories. This paradigm belonging to the creative industries model responds to the social and cultural needs of the surrounding community. Such facilities become

POR / BY: RICHARD OSMEL PILOTO CHÁVEZ Y VERÓNICA RUIZ ACOSTA (DIPLOMANTES DE ECONOMÍA DE LA U.H / FINAL YEAR ECONOMICS STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF HAVANA)



HABANA ESPACIOS CREATIVOS

CONVERGENCIAS CULTURALES PARA EMPRENDER

se revelan experiencias capacitadas para nutrir la ideología creativa del pueblo cubano: las fábricas de creación. Este paradigma perteneciente al modelo de las industrias creativas responde a necesidades sociales y culturales de la comunidad aledaña, a la vez que se convierten en anfitriones de exposiciones, galerías, espectáculos, conferencias, debates y talleres. Pero su función va mucho más allá, al situarse como centros de convivencia cultural en los que jóvenes artistas

reciben ese “empujón” inicial que los dirige hacia el éxito. El mecanismo que activa esta funcionalidad se define como becas de creación.

La realidad de una fábrica de creación no está tan lejana, no es necesario adentrarse en el continente europeo para visualizar este modelo y optar por una beca de creación. En el Centro Histórico de La Habana Vieja se encuentra emplazada la primera experiencia de este

hosts of exhibitions, galleries, shows, conferences, debates and workshops. But their function goes much further than that, as they are centers of cultural coexistence, where young artists receive that initial “boost” that leads them to success. In the EU, creative scholarships are provided to support such endeavors.

The reality of a creative factory is not so far away; it is not necessary to go to the European continent to visualize this model and secure a scholarship. The first experience of this kind in the country is located in the Historic Center of Old Havana: Habana Espacios Creativos (HEC).



“THE FIRST EXPERIENCE OF THIS KIND IN THE COUNTRY IS LOCATED IN THE HISTORIC CENTER OF OLD HAVANA: HABANA ESPACIOS CREATIVOS (HEC)”



tipo en el país: Habana Espacios Creativos (HEC).

Una realidad no distante

Habana Espacios Creativos se alza con la primicia de las becas de creación, y en estrecho vínculo con esta gestión, el espacio manifiesta como función principal la de acoger a jóvenes creadores y brindarles apoyo material, formativo e institucional para que puedan llevar a cabo sus proyectos.

Sin embargo, el papel de la iniciativa como aceleradora de ideas y promotora de emprendimientos culturales no constituye su único aporte

A not-so-distant reality

Habana Espacios Creativos is a pioneer in the field of creative scholarships, and in close connection with this initiative, the space’s main function is to welcome young artists and provide them with material, training and institutional support to enable them to carry out their projects.

However, the initiative’s role as an accelerator of ideas and promoter of cultural ventures is not its only social contribution: the entity provides a space for coexistence and creative realization, through the offer of an active cultural program managed by its team, together with its network of allies, sup-



ported by the spaces, supplies and facilities of the center. The initiative stands out for its hosting of cultural activities linked to different artistic expressions. Even in the current stage of the pandemic, its activities have not ceased, to become a center that transmits culture and inspires creative industries.

Creative scholarships

Highly motivated young artists with talent and innovative ideas have the opportunity to find a home at Habana Espacios Creativos. The scholarships are open to young people between 18 and 35 years of age who submit original proposals in the areas promoted by the center: performing arts, visual arts, design, music, new media, photography, audiovisual media and

provisto de un ambiente de trabajo tranquilo y agradable. Los becarios cuentan con acceso a las capacitaciones y asesorías necesarias para su formación profesional y personal; y, sobre todo, cuentan con el apoyo de un equipo de trabajo joven, unido y capacitado, el cual se posiciona como la mayor fortaleza del centro.

Maurice Haedo Sanabria es uno de los jóvenes de la edición inicial en la categoría de nuevos medios con su novedoso proyecto "Plástico Leal". Sanabria, de 35 años nos cuenta que HEC ha contribuido portentosamente a su superación profesional, ha tributado a su formación, experimentación e intercambio de experiencias de una forma muy enriquecedora. Con respecto a su proyecto comenta que HEC es una plataforma cultural y educativa para que personas como él puedan concretar sus ideas en proyectos reales y exitosos. Esto es posible, según nos cuenta, por

social: la entidad brinda su espacio para la convivencia y realización creativa, a través de la oferta de una programación cultural activa que gestiona su equipo, unido a su red de aliados y la disponibilidad de espacios, insumos y mobiliario del centro. La iniciativa se destaca por amparar actividades culturales de disímiles manifestaciones artísticas. Incluso en la etapa actual de pandemia no ha cesado su dinamismo, convirtiéndose en centro transmisor de la cultura e inspirador de industrias creativas.

Las becas de creación

Jóvenes artistas altamente motivados, con talento e ideas novedosas cuentan con la oportunidad de encontrar su hogar en Habana Espacios Creativos. Pueden acceder a las becas los jóvenes de 18 a 35 años de edad que presenten propuestas originales y que respondan a las líneas de fomento articuladas por el centro: artes escénicas, artes visuales, diseño, música, nuevos medios, fotografía, medios audiovisuales y literatura. Desde finales de 2020, el centro acoge a jóvenes creadores galardonados con las primeras becas de creación.

La iniciativa pone a disposición de los participantes el mobiliario y equipamiento creativo para su realización como artífices de las artes. Les brinda un espacio extenso e iluminado,

literature. Since the end of 2020, the center hosts young artists awarded the first grants.

The initiative provides participants with the facilities and creative equipment required to undertake their proposals. This includes a large, well-lit space, with a quiet and agreeable working environment. The scholarship holders have access to the training and advice necessary for their professional and personal development; and, above all, they have the support of a young, united and skilled work team, which is the center's greatest strength.

Maurice Haedo Sanabria is one of the young people who obtained a scholarship in the new media category, with his innovative

las grandes oportunidades que el centro les brinda. Para él, las más significativas son: la oportuna visibilidad que le da a los proyectos y la posibilidad de establecer conexiones con instituciones, organismos y otros actores locales.



negolution

fotografía STYLING / INTERIORES / EVENTOS

PAQUETE	PAQUETE	PAQUETE	PAQUETE
1	2	3	4
X10 FOTOS	X20 FOTOS	X40 FOTOS	X80 FOTOS
\$1600	\$2000	\$3600	\$7500

Las imágenes se entregan editadas



CONTÁCTENOS:
5 268 4630 / 5 4214112

DEJA QUE VENGAN A TI



HABANA ESPACIOS CREATIVOS

LA COLUMNA THE COLUMN

“HIGHLY MOTIVATED YOUNG ARTISTS WITH TALENT AND INNOVATIVE IDEAS HAVE THE OPPORTUNITY TO FIND A HOME AT HABANA ESPACIOS CREATIVOS.”

les para el intercambio de recursos tanto materiales como del conocimiento. Nos dice que “Plástico Leal”, si bien pudiese ser un futuro emprendimiento privado, en estos momentos se visibiliza como una plataforma educativa y experimental que puede contribuir al fomento de la cultura de reciclaje en muchos emprendimientos privados y proporcionarle, quizás, algunos medios y vías para hacerlo.

¿Acelerar negocios creativos?

project “Plástico Leal.” Aged 35, Sanabria tells us that HEC has hugely contributed to his professional development, offering training, experimentation and the exchange of experiences in a very enriching way. Regarding his project, he notes that HEC is a cultural and educational platform for people like him to turn their ideas into real and successful projects. This is possible, he tells us, because of the great opportunities that the center offers. For him, the most important aspects are: the timely visibility it awards projects, and the possibility of establishing connections with institutions, organizations and other local actors for the exchange of resources, both material and knowledge. He explains that although it could be a future private enterprise, “Plástico Leal” is currently seen as an educational and experimental platform that can contribute to the promotion of the recycling culture in many private enterprises, and perhaps provide them with the means and ways to do so.

Accelerating creative businesses?

As part of the functionalities of Habana Espacios Creativos as a generator of cultural convergence, is the coordination of a series of socially beneficial projects that reach the entrepreneurial population. Completing a scholarship at the Cuban creative factory certifies the possibility of promoting a business

“JÓVENES ARTISTAS ALTAMENTE MOTIVADOS, CON TALENTO E IDEAS NOVEDOSAS CUENTAN CON LA OPORTUNIDAD DE ENCONTRAR SU HOGAR EN HABANA ESPACIOS CREATIVOS.”

Alrededor de las funcionalidades de Habana Espacios Creativos como generador de convergencias culturales se articulan una serie de muestras socialmente beneficiosas que alcanzan a la población emprendedora. De ahí que la fábrica de creación cubana refleje en su actuación, rasgos que permiten relacionarla también con la incubación creativa. Finalizar una beca en el centro, certifica la posibilidad de promover un negocio o proyecto social de gran ingenio. La institución aporta además otras acciones significativas:

- Las ideas pueden materializarse a través de la disponibilidad de equipamiento e insumos para la acción creativa que adquieren los becarios.
- Los espacios de capacitaciones no solo se dirigen a los beneficiarios de las becas, sino a todos los actores locales interesados.
- La programación cultural del centro es activa, inclusiva y responde a las necesidades culturales del territorio.
- El centro establece relaciones con instituciones afines en la esfera internacional, facilitando el intercambio de experiencias entre la comuni-





dad artística cubana y otras culturas.

- El centro establece alianzas con emprendimientos privados de perfil creativo, construye relaciones con los mismos, con proyectos comunitarios y les brinda un espacio de participación en talleres de capacitación y otros eventos.

Uno de los emprendimientos creativos que ha estrechado alianzas significativas con Habana Espacios es "Beyond Roots", el cual ha participado continuamente en actividades que promueve el centro; algunas relacionadas con el proyecto "Rutas y Andares" y otras que han sido, para este negocio, una importante fuente de capacitación y formación creativa.

Sin lugar a dudas, Habana Espacios Creativos, es un centro rector en proveer capacitación, formación, intercambio y complementariedad con otras disciplinas, a los jóvenes emprendedores de la ciudad. Ostenta todos los pertrechos para concretar un negocio exitoso o un proyecto social de gran potencialidad. La institución es un cubo de creación y conocimiento, con un temple creativo que genera indiscutiblemente una sinergia propicia para la creación de grandes proyectos de innovación y emprendimiento.

"LA INSTITUCIÓN ES UN CUBO DE CREACIÓN Y CONOCIMIENTO, CON UN TEMPLE CREATIVO"

"THE INSTITUTION IS A HUB OF CREATIVITY AND KNOWLEDGE, WITH A SPIRIT"

or social project of great ingenuity. The institution also provides other significant opportunities:

- Ideas can materialize through the availability of equipment and supplies for creative action that the scholarship holders acquire.
- The training spaces are not only aimed at scholarship recipients, but also at all interested local actors.
- The center's cultural programming is active, inclusive and responds to the cultural needs of the surrounding community.
- The center establishes relationships with related institutions in the international sphere, facilitating the exchange of experiences between the Cuban artistic community and other cultures.
- The center establishes alliances with private enterprises with a creative profile, and builds relationships with them through community project, while providing a space for them to participate in training workshops and other events.

One of the creative enterprises that has forged significant alliances with Habana Espacios is "Beyond Roots," which has continuously participated in activities promoted by the center. Some have been related to the "Rutas y Andares" project, which sees tours of the historic center of Havana, while others have been an important source of training and creative formation for this business.

Undoubtedly, Habana Espacios Creativos is a leading center in providing training, education, exchanges and complementarity with other disciplines to young entrepreneurs in the city. It has all the tools to help make a successful business or a social project of great potential. The institution is a hub of creativity and knowledge, with a spirit that unquestionably generates a synergy conducive to great projects of innovation and entrepreneurship.



• a mad woman has mad ideas •



Potenciar el comercio electrónico y promocionar tus productos y servicios en línea nunca antes fue tan retador y apasionante. No solo los negocios locales; los grandes consorcios y empresas de comunicaciones también se han perfeccionado. Por tanto, es hora de redescubrirlos y emplearlos en nuestro beneficio.

En esta entrega de Emprendimientos en la Red conversaremos sobre Whatsapp Business, que-remos ofrecerte todo lo que sabemos para que te mantengas muy cerca de tus seguidores.

Hablamos de una app que puedes descargar gratuitamente en la tienda de aplicaciones que utilices. Tal como lo imaginas, es hermana de la que usas cotidianamente, y por tanto, miembro de la cada vez más extensa familia Facebook (Whatsapp, Instagram, Messenger).

Aunque su interfaz es bastante similar, Whatsapp Business se distingue por estar diseñada para las necesidades de empresas. Con ella te será más fácil la comunicación, pues podrás mostrar tus pro-



ENG

Boosting e-commerce and promoting your products and services online has never been so challenging and exciting. Not only local businesses are jumping on this bandwagon; large consortiums and communications companies have also perfected their strategies. Therefore, it is time to rediscover them and use them to our advantage.

In this installment of Online Entrepreneurship we will talk about WhatsApp Business. We want to offer you everything we know so you can stay close to your followers.

We are talking about an app that you can download for free from the app store you use. As you can imagine, it is a sister app to the WhatsApp you use every day, and therefore a member of the ever-growing Facebook family (WhatsApp, Instagram, Messenger).

Although its interface is quite similar, WhatsApp Business stands out for being designed for the needs of enterprises. With it, communication will be easier, as you will be able to showcase your products and services, as well as answer customer questions during the shopping experience. You can have both installed on your mobile, which is convenient if you want to keep a more intimate chat app for friends and family.

Now you know, if you don't use it yet, this is a good time to start downloading the app while you continue reading this article.

LAS MIELES DE WHATSAPP BUSINESS PARA ACERCARTE A TUS CLIENTES



WhatsApp Business

“WHATSPASS BUSINESS SE DISTINGUE POR ESTAR DISEÑADA PARA LAS NECESIDADES DE EMPRESAS”

“WHATSPASS BUSINESS STANDS OUT FOR BEING DESIGNED FOR THE NEEDS OF ENTERPRISES”

POR / BY: CLAUDIA YILÉN PAZ



WhatsApp Business brings you closer to your customers



Agencia de Servicios Digitales

- Desarrollo Web
- Comunicación y Marketing Digital
- Diseño Gráfico



www.gerbet.net

gerbet@gerbet.net / +53 53027371



“LOS CATÁLOGOS SON DE LO MEJOR Y MÁS INTERESANTE. TAL COMO LO HACES PERSONALMENTE, PODRÁS MOSTRARLES TUS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON UNA BREVE DESCRIPCIÓN”



ductos y servicios, así como responder las preguntas de clientes durante la experiencia de compra. Puedes tener ambas instaladas en tu móvil, como dicen por ahí business son bussines, y te resultará cómodo si deseas conservar un chat más íntimo para amigos y familiares.

Ya lo sabes, si aún no la utilizas, este es un buen momento para empezar a descargarla mientras sigues leyendo el post.

Empecemos entonces por lo básico: es importante que hagas pública toda la información que creas útil para tus clientes. De forma sencilla, la misma aplicación te irá guiando: descripción de la empresa, e-mail, sitio web, dirección (si puedes geolocalizar, mejor). Los más curiosos revisan siempre este apartado antes de preguntar.

Verás que el volumen de charla aumentará considerablemente, a veces hasta para hacer una pregunta sencilla. Nunca los dejes esperando. Para ello puedes activar los mensajes automáticos en el horario que escojas. Muy útil sobre todo para quienes escriben con diferencias horarias a la tuya. Sé cordial, como cuando van a tu tienda y les hablas de tu negocio. Dales la bienvenida y déjales esa caja de herramientas con aquello que siempre buscan o desean conocer (horarios, servicios, catálogos), no importa que ya lo hayas puesto en la información pública del perfil. Te permitirá, además, responder luego peticiones muy puntuales.

Economiza tu tiempo y crea respuestas rápidas. Con esta herramienta podrás guardar y volver a utilizar esos mensajes que envías con frecuencia. Asimismo, si amas el orden y lo necesitas para organizar los pedidos, aprovecha las etiquetas de chat para luego encontrarlos fácilmente.

Los catálogos son de lo mejor y más interesante. Tal como lo haces personalmente, podrás mostrarles tus productos y servicios con una breve descripción. A pesar de que solo puedes exhibir en cada uno un máximo de diez productos, puedes crear tantos como desees. En cualquiera de los casos te generará un link.

Asegúrate de emplear las medidas necesarias en las fotografías que utilizas.

“CATALOGS ARE THE BEST AND MOST INTERESTING FEATURE. JUST LIKE YOU DO PERSONALLY, YOU CAN SHOW POTENTIAL CUSTOMERS YOUR PRODUCTS AND SERVICES WITH A BRIEF DESCRIPTION”

La virtud de pertenecer a la familia Facebook, le permite a esta aplicación que puedas enlazarla y visibilizarla desde tus otras plataformas de promoción. Hazlo sin miedo en tus publicaciones, las descripciones de tus perfiles; y déjales visible el link de contacto de Whastapp así como de los catálogos.



Let's start with the basics: it is important that you make public all the information that you think is useful to your customers. In a simple way, the application itself will guide you: company description, e-mail, website, address (if you can geolocate, even better). The most curious customers always check this section before asking anything.

You will see that the volume of chatter will increase considerably, sometimes even to ask a simple question. Never leave them waiting. To do this you can activate automatic messages at the time you choose. Very useful especially for those who are operating on a different time to yours. Be friendly, like when they come to your store and you tell them about your business. Welcome them and leave them that toolbox they are always seeking (opening hours, services, catalogs), no matter if you have already put it in the public information of your profile. This will also allow you to respond to very specific requests.

Save time and create quick responses. With this tool you will be able to save and reuse those messages you send frequently. Also, if you love order and you need it to organize your customer orders, take advantage of the chat labels to find them easily.

Catalogs are the best and most interesting feature. Just like you do personally, you can show potential customers your products and services with a brief description. Although you can only display a maximum of ten products in each one, you can create as many as you want. In each case, a link will be generated. Be sure to meet the necessary requirements in the photographs you use.

The virtue of belonging to the Facebook family allows this application to be linked to and made visible from your other promotion platforms. Be sure to leave the WhatsApp contact link as well as the catalogs visible on your posts and profile descriptions.

El verano pasado se daba el pitazo de arrancada para que las Formas de Gestión No Estatales (FGNE) tomaran parte de las actividades de comercio exterior, en un esfuerzo por dinamizar el espacio de la economía nacional donde estos actores intervienen. Los números demuestran un crecimiento sostenido en el acceso a los servicios de exportación e importación por parte de los privados, los cuales han buscado en el exterior el aprovisionamiento necesario para conseguir el siguiente paso en el despegue de sus negocios.

El pasado 24 de junio, fuentes del Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera (Mincex) revelaban que se habían firmado 3415 contratos con las FGNE, de los cuales 150 correspondían a exportaciones, divididos en 91 para bienes y 59 de servicios. Un mes después, el 21 de julio, la directora general de Comercio Exterior de dicho organismo, Vivian Herrera, publicaba: “esta semana acumulamos 3912 contratos firmados con las FGNE, de ellos 172 de exportación. Existe representatividad de todas las provincias”.

Si bien esta última noticia da cuenta de la extensión nacional de la medida y de un considerable aumento de casi 500 contratos en un mes, los valores de las exportaciones aún permanecen bajos para lo que requiere un país que aboga

“EL PASADO 24 DE JUNIO, FUENTES DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y LA INVERSIÓN EXTRANJERA REVELABAN QUE SE HABÍAN FIRMADO 3415 CONTRATOS CON LAS FGNE”

“ON JUNE 24, SOURCES FROM THE MINISTRY OF FOREIGN TRADE AND INVESTMENT REVEALED THAT 3,415 CONTRACTS HAD BEEN SIGNED WITH FGNES”

ENG *Last summer, the starting pistol was fired for Non-State Management Forms (FGNE) to take part in foreign trade activities, in an effort to boost the national economy. The numbers show sustained growth in the access to export and import services by the private sector. Enterprises have sought necessary supplies abroad, in order to ensure the take-off of their businesses.*

On June 24, sources from the Ministry of Foreign Trade and Investment (MINCEX) revealed that 3,415 contracts had been signed with FGNEs, of which 150 corresponded to exports, divided into 91 for goods and 59 for services. A month later, on July 21, MINCEX General Director of Foreign Trade, Vivian Herrera, announced, “This week we reached 3,912 contracts signed with FGNEs, 172 of them for exports. All provinces are represented.”

Although this news reveals the national scope of the measure and a considerable increase of almost 500 contracts in one month, export values still remain low for what is required by a country that advocates import substitution and maximum local production. We could say that we are on the right track, but how can we know? The export figures remain a mystery.

The potential for exportable goods and services also remains an unknown. Since the presentation of the regulations, in July 2020, with a territorial map that covered all municipalities, nothing more has been made public. This makes it hard to assess the real impact of what could be a growing sector.

Hence, Sc.D. Juan Triana Cordoví recently emphasized the need for complete information in order to better focus on stimulating those imports that support the strategic priorities of the Cuban development plan, and thus have a greater impact in addressing the most urgent matters. “For example, should we apply specific positive incentives to imports of agricultural implements and supplies, versus buckles for leather belts,” he quipped.



IMPORTAR Y EXPORTAR

EN EL SECTOR PRIVADO

POTENCIALIDADES
ESCONDIDAS DE
UNA ACTIVIDAD
PROMETEDORA

Importing and exporting in the private sector

The hidden potential of a promising activity



PDR / BY: LESTER UPIERRE RODRÍGUEZ

HACE UN AÑO EL GOBIERNO AUTORIZÓ EL ACCESO A ACTIVIDADES DE COMERCIO EXTERIOR PARA EMPRENDEDORES Y PRIVADOS EN CUBA, PERO ¿HASTA DÓNDE SE HAN EXTENDIDO LOS BENEFICIOS DE LA MEDIDA?

A YEAR AGO, THE GOVERNMENT AUTHORIZED ACCESS TO FOREIGN TRADE ACTIVITIES FOR ENTREPRENEURS AND PRIVATE BUSINESSES IN CUBA. BUT HOW FAR HAVE THE BENEFITS OF THE MEASURE BEEN EXTENDED?

INSPIRES
& MAKES IT
HAPPEN

CONSULTORÍA DE NEGOCIOS

@negolution
negolution
@negolution

negolution

BRINDAMOS
ASESORAMIENTO
A EMPRENDEDORES
PARA HACER REALIDAD
SUS SUEÑOS

+53 5 249 5295
negolution@gmail.com



por la sustitución de importaciones y el máximo de producciones locales. Podríamos decir que vamos por buen camino, pero ¿cómo saberlo?, si los montos de las exportaciones permanecen en el misterio.

También sigue siendo una incógnita las potencialidades de los bienes y servicios potencialmente exportables, pues desde la presentación de la normativa, en julio de 2020, de ese mapa territorial mencionado, que incluso abarcaba hasta los municipios, no se sabe nada más, y hasta el momento es improbable conocer el verdadero impacto de lo que podría ser una ruta en crecimiento.

De ahí que el Dr.C. Juan Triana Cordoví hiciera énfasis recientemente en la necesidad de contar con una información más completa para colocar mejor la mira hacia el estímulo a aquellas importaciones que apoyen los ejes estratégicos del plan cubano de desarrollo y por ende causen mayor efecto sobre asuntos más urgentes. “Por ejemplo, ¿debemos aplicar incentivos positivos específicos a la importación de implementos y suministros agropecuarios versus hebillas para cintos de cuero?”, ironizaba.

Sin embargo, sí que se ha informado desde comienzos de abril que, con la intención de informatizar todo este proceso y mejorar la inserción de Cuba en el mercado internacional, se realizaban las pruebas de trámites en línea de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). La plataforma electrónica que constituye “un sistema de gestión de contenidos permite documentar y publicar en línea los diferentes procedimientos para realizar trámites relacionados con el comercio exterior. Su objetivo es facilitar las diligencias de los empresarios cubanos y extranjeros que realizan operaciones de compraventa internacional”, según explicaba el diario Granma.

Su funcionalidad más práctica, una vez concluida su implementación de tres fases, radicará en permitir a los actores del comercio exterior la gestión simultánea en línea de autorizaciones

y pagos necesarios con las entidades a cargo de los registros y de los permisos previos al despacho de mercancías.

En análisis previos compartimos la idea de cuánto podría ayudar a burlar el bloqueo, el hecho de importar y exportar a título personal, sin intervención de las empresas establecidas para ello. “Ojalá fuera de ese modo, pero solo el hecho de ser cubanos hace que nos bloqueen”, justificaba el Ministro de Comercio Exterior Rodrigo Malmierca en una Mesa Redonda en 2020.

La excusa para mantener este curso de acción inflexible radica en la experiencia de las entidades mediadoras en este sentido y, a decir del titular



However, it has been reported that since the beginning of April, with the intention of computerizing the entire process and improving Cuba's insertion in the international market, tests of online procedures of the Foreign Trade Single Window (VUCE) were carried out. The electronic platform, which is a content management system, allows documenting and online publishing of the different procedures for carrying out foreign trade. Its objective is to facilitate the processing of international purchase and sale operations by Cuban and foreign businesses, according to Granma newspaper.

Its most practical function, once its three-phase implementation is completed, will be to allow those administering

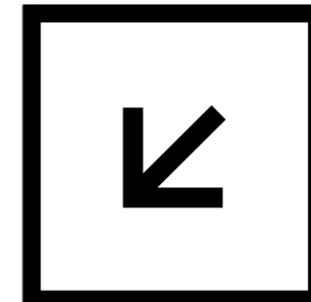
INBEST

foreign trade to simultaneously manage online the necessary authorizations and payments with the entities in charge of registrations and permits prior to the dispatch of goods.

In previous analyses we shared the idea of how much the possibility of importing and exporting in a personal capacity, without the intervention of the companies established for this purpose, could help to circumvent the U.S. blockade. “I wish it were that way, but the simple fact that we are Cubans means they block us,” argued Minister of Foreign Trade, Rodrigo Malmierca, in a Mesa Redonda program in 2020.

The excuse for maintaining this inflexible course of action lies in the experience of the mediating entities in this regard. According to the Minister, “nowhere in the world do small companies, or even people who do not yet have an enterprise, do this type of business. They always rely on specialized companies.”

The irony here does not lie in the support that these 41 companies may provide, or in the fact that the trading actor is Cuban, but in the fact that the decision-makers know that “allowing direct contracting would not modify the magnitude of this flow (that of the trading service), it would only eliminate the guarantees of an extraordinary income for the winning enterprises, whose



“OJALÁ FUERA DE ESE MODO, PERO SOLO EL HECHO DE SER CUBANOS HACE QUE NOS BLOQUEEN”

“I WISH IT WERE THAT WAY, BUT THE SIMPLE FACT THAT WE ARE CUBANS MEANS THEY BLOCK US”

“EN NINGUNA PARTE DEL MUNDO LAS PEQUEÑAS EMPRESAS, HACEN ESTE TIPO DE GESTIÓN.”

“NOWHERE IN THE WORLD DO SMALL COMPANIES, DO THIS TYPE OF BUSINESS”

del Mincex, “en ninguna parte del mundo las pequeñas empresas, o incluso las personas que no tienen aún una empresa, hacen este tipo de gestión. Siempre se apoyan en empresas especializadas”.

Lo irónico aquí no recae en el apoyo que las 41 compañías puedan brindar o en que el actor comerciante sea cubano, sino en que los decisores conocen que “permitir la contratación directa no modificaría la magnitud de este flujo (el del servicio de comercio), solo eliminaría las garantías de una renta extraordinaria a las empresas premiadas, cuya fuente no proviene necesariamente del valor que crean sino de un poder de mercado artificial, concedido administrativamente”, opina al respecto el economista Oscar Fernández.

Si la creencia general del gobierno se basa en el financiamiento de la industria nacional a partir de

source does not necessarily come from the value they create, but from an artificial market power, administratively granted,” according to economist Oscar Fernandez.

If the general belief of the government is based on the financing of national industry with the profits generated by these importers, and not on the fact that entrepreneurs and non-state management forms can boost the meager local production of many sectors with their individual and joint actions, then the expected

development will not be achieved in the medium term. Hence, the constant calls of the private sector and several experts to free the productive forces.

Exporting is a complex phenomenon that depends on a very proactive regulatory framework, that places state-owned enterprises and FGNEs on an equal footing. Then, with the right ecosystem and a network of institutions that interact properly, a dynamic business sector with high contributions to the national economy could be achieved.



Corpus Habana
Salón de Bienestar

Masajes
Tratamientos faciales
Productos naturales



+53 5 339 1112
+53 5 350 8816

10 #111 apto 1 e/ 5ta
y Calzada. Vedado



www.corpushabana.com

24 DE JUNIO
HOY TENEMOS FIRMADOS
3415 CONTRATOS
CON LAS FGNE

JUNE 24, TODAY, 3,415 CONTRACTS HAVE BEEN SIGNED WITH FGNEs. OF THEM, 150 FOR EXPORTS, 91 FOR GOODS AND 59 FOR SERVICES.

21 DE JULIO
3912 CONTRATOS
CON LAS FGNE

DE ELLOS 172 DE EXPORTACIÓN. EXISTE REPRESENTATIVIDAD DE TODAS LAS PROVINCIAS

las utilidades generadas por estas importadoras y no en que emprendedores y formas de gestión no estatal pueden dinamizar con sus acciones individuales y conjuntas las deprimidas producciones locales de muchos sectores, pues no se conseguirá en el mediano plazo el desarrollo esperado; de ahí el constante reclamo del sector privado y varios entendidos de liberar las fuerzas productivas.

DE ELLOS,
150 DE EXPORTACIONES,
91 PARA BIENES
Y 59 DE SERVICIOS



Vivian Herrera Cid
Directora general de Comercio Exterior
Director General of Foreign Trade

JULY 21, THIS WEEK, WE HAVE REACHED 3,912 CONTRACTS SIGNED WITH FGNEs, OF THEM 172 FOR EXPORTS. ALL PROVINCES ARE REPRESENTED.

Exportar es un fenómeno complejo que depende de un marco regulatorio muy proactivo y que coloque en igualdad de condiciones a empresas estatales y FGNE para luego, con el ecosistema adecuado y un entramado de instituciones que interactúen virtuosamente, conseguir un sector empresarial dinámico y de altas contribuciones.



SISTEMAS FOTOVOLTAICOS

Elekktrica ofrece servicios de evaluación, estudio de cargas, dimensionamiento, diseño, análisis económico, instalación y puesta en marcha y mantenimiento.

Reducción de consumo energético

AHORRO MAYOR DEL 30 %

Ing. Guido Fernández Rosales

(53) 5289-2374

guido@elekktrica.com

http://www.elekktrica.com



la plataforma que atrae y gestiona el talento en tu empresa

POR / BY: DANAY GALLETI

D

Desde 2019, el equipo de Viterbit comenzó el estudio de mercado para un futuro negocio, a partir de las dificultades advertidas en otras empresas respecto al proceso de atracción y la gestión de talentos.

De esa investigación preliminar resultó que, como en efecto, las compañías realizaban la generalidad de los procesos de reclutamiento de manera manual, sin las herramientas necesarias para medir los principales indicadores, estrategias o medios encaminados al fortalecimiento de su marca empleadora.

En febrero de 2020, justo cuando en España comenzaba la crisis epidemiológica como consecuencia de

The platform
that attracts
and manages
talent in your
company

ENG In 2019, the Viterbit team began market research for a future business, based on the difficulties noticed in other enterprises regarding the process of attracting and managing talent.

That preliminary research revealed that companies were conducting the majority of recruitment processes manually, without the necessary tools to measure the main indicators,



viterbit

PITCH

la COVID-19, lanzaron el producto mínimo viable—aquél que permite validar parte de un negocio— y, gracias a medidas como el teletrabajo, el proyecto cobró vida y ascendió.

“Si algo queda claro es que las compañías necesitan soluciones novedosas, intuitivas y muy potentes para la gestión del talento con eficiencia, en una época donde todo cambia constantemente. El equipo lo es todo. No importa cuán brillante sea la estrategia, perderás si juegas un partido solo”, afirmó a Negolution su CEO, el cubano Dimitri Nicolau.

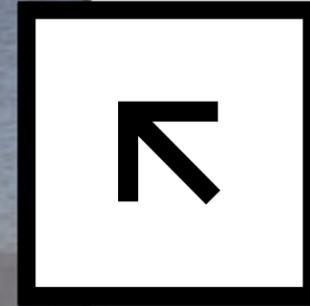
Junto a Ariel Gutiérrez López, en el rol del CRO (Chief Revenue Officer), y Marcos Gómez Vilches, Director Técnico, el negocio destina sus propuestas hacia dos tipos

de clientes: startups, cuyos equipos están creciendo de manera exponencial, y empresas con más solidez, pero con una rotación de personal recurrente.

“Es cierto que nuestra propuesta resulta interesante para el sector de las pequeñas y medianas empresas.

Tienen mucha experiencia en el uso de las tecnologías y eso les ayuda a aprovechar al máximo todas las funcionalidades que ofrecemos en Viterbit. Pero estamos abiertos a clientes de todos los tamaños y sectores”, señaló.

Con sede en la nación ibérica, la plataforma resuelve necesidades que se comparten en todas las compañías. Por ello, cuentan con clientes como el Grupo



“SI ALGO QUEDA CLARO ES QUE LAS COMPAÑÍAS NECESITAN SOLUCIONES NOVEDOSAS, INTUITIVAS Y MUY POTENTES PARA LA GESTIÓN DEL TALENTO CON EFICIENCIA, EN UNA ÉPOCA DONDE TODO CAMBIA CONSTANTEMENTE.”

strategies or means aimed at strengthening their brand.

In February 2020, just as the epidemiological crisis as a result of COVID-19 began in Spain, they launched the minimum viable product, allowing for the validation of part of a business and, thanks to measures such as teleworking, the project came to life and grew.

“If one thing is clear, it is that companies need innovative, intuitive and very powerful solutions for efficient talent management in an era where everything is constantly changing. The team is everything. No matter how brilliant the strategy, you will lose if you play the game alone,” the venture’s Cuban-born CEO, Dimitri Nicolau Gutiérrez, tells Negolution.

Together with Ariel Gutiérrez López, in the role of CRO (Chief Revenue Officer), and Marcos Gómez Vilches, as Technical Director, the business focuses its proposals on two types of clients: startups, whose teams are growing fast; and more established companies, with a recurring staff turnover.

“It is true that our proposition is interesting for the small and medium-sized business sector. They have a lot of experience in the use of technologies and that

“IF ONE THING IS CLEAR, IT IS THAT COMPANIES NEED INNOVATIVE, INTUITIVE AND VERY POWERFUL SOLUTIONS FOR EFFICIENT TALENT MANAGEMENT IN AN ERA WHERE EVERYTHING IS CONSTANTLY CHANGING”

Mauro's

Por el placer de una sonrisa



TIENDA ONLINE

@mauro_columpios

Mauro's Columpios



Contáctenos

+ (53) 52969224

Calle 29 No. 4205
entre 42 y 44, Playa

PITCH

de Colegios Salesianos, conformado por 59 instituciones de ese tipo y más de 40 mil personas entre alumnos y profesores.

Otros usuarios son NannyfyTv, aplicación destinada al contenido didáctico y el entretenimiento de los niños; la fintech Aplázame, del grupo Wizink y Tracasa Instrumental, empresa pública del gobierno de Navarra especializada en la prestación de servicios en el uso de información territorial y de las tecnologías de la información.

Gutiérrez menciona también el proyecto de nueva creación Crowdfarming, alternativa para comprar alimentos ecológicos directamente a sus productores; y el Grupo Sesé, empresa de logística con un equipo de más de 9.500 personas que brinda soporte a empresas en 18 países.

“Desarrollamos un software que permite optimizar todo el proceso de atracción y gestión de talento. Aunque nuestra visión es mucho más ambiciosa. Queremos desarrollar una plataforma donde se gestione el ciclo completo del talento de una empresa: selección y contratación, onboarding, engagement y offboarding” apuntó.

Actualmente, la herramienta ofrece muchas soluciones: un builder para crear el Careers Site de una empresa, integraciones con portales de empleo para promocionar ofertas, módulos de evaluaciones, sistema de comunicación integrado, video entrevistas, entre otros servicios.

“QUEREMOS DESARROLLAR UNA PLATAFORMA DONDE SE GESTIONE EL CICLO COMPLETO DEL TALENTO DE UNA EMPRESA: SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN, ONBOARDING, ENGAGEMENT Y OFFBOARDING”

“WE WANT TO DEVELOP A PLATFORM THAT MANAGES THE ENTIRE TALENT CYCLE OF A COMPANY: SELECTION AND RECRUITMENT, ONBOARDING, ENGAGEMENT AND OFFBOARDING”

helps them to make the most of all the functionalities that we offer at Viterbit. But we are open to clients of all sizes and sectors,” Nicolau explains.

Based in Spain, the platform addresses needs that are shared by all companies. For this reason, they have clients such as the Salesian Schools Group, made up of 59 such institutions and more than 40,000 people, including students and teachers.

Other users include: NannyfyTv, an application devoted to educational content and children's entertainment; the FinTech, Aplázame, from the Wizink group and Tracasa Instrumental, a public company of the government of Navarra specialized in providing services in the use of territorial information and information technologies.

Nicolau also mentions the newly created project Crowdfarming: an alternative for buying organic food directly from producers; and Grupo Sesé, a logistics company with a team of more than 9,500 people that provides support to companies in 18 countries.

“We developed software to optimize the entire talent attraction and management process. However, our vision is much more ambitious. We want to develop a platform that manages the entire talent cycle of a company: selection and recruitment, onboarding, engagement and offboarding,” he notes.

Currently, the tool offers many solutions: a builder to create a company's Careers Site; the incorporation of vacancy listing websites to promote job opportunities; evaluation modules; an integrated communications system; video interviews; among other services.

Annalisa vive en Cuba hace 8 años. A pesar de que ahora, la Isla es su segunda casa, comenta que en su primera visita no se enamoró por completo de Cuba. Su gente, sus costumbres y la cultura, fueron los elementos que convirtieron la estancia de 2 años en definitiva.

Para ella no existe otro sitio en el mundo como la Habana Vieja, lugar donde su familia, en el 2013, decidió hacer una pequeña inversión y abrir un restaurante nombrado “Café Bohemia”. Al año siguiente, vino con el objetivo de ayudar con el negocio familiar, escapando de la crisis económica que se agravaba cada vez más en Italia, golpeando sobre todo al sector del arte donde se desempeñaba día a día.

Nace Gao Habana

La COVID-19 no permitió que el Café continuara abierto. Sin poder resolver el problema, Anna desempolvó su máquina de coser y empezó a confeccionar nasobucos para toda su familia.



ENG *Annalisa has lived in Cuba for 8 years. Although the island is now her second home, she notes that on her first visit she did not completely fall in love with the place. But its people, customs and culture were the elements that made her two-year stay become definitive.*

For her, there is no other place in the world like Old Havana. A place where her family, in 2013, decided to make a small investment and open a restaurant named “Café Bohemia.” The following year, she came with the aim of helping with the family business and escaping the economic crisis that was getting worse and worse in Italy, particularly hitting the arts sector in which she worked.

A “Gao”
in Havana:
Made in Italy

“ANNA DESEMPOLVÓ SU MÁQUINA DE COSER Y EMPEZÓ A CONFECCIONAR NASOBUCOS PARA TODA SU FAMILIA”

“ANNA DUSTED OFF HER SEWING MACHINE AND STARTED MAKING FACE MASKS FOR HER ENTIRE FAMILY”

“un Gao” en La Habana
Made in Italy



POR / BY / PHOTOS: LISSY DEL MONTE

“En Italia era diseñadora de moda y elaboraba vestuarios y trajes históricos para el teatro y el cine. La pandemia sirvió para darme cuenta que tenía muchas ideas guardadas. Comencé a dibujar, diseñar y a inspirarme con todos los retazos de tela inutilizados que tenía en casa” comenta Annalisa.

Así, con recursos caseros y mucho corazón, surgió Gao Habana, un pequeño emprendimiento que a través de dicharachos populares impregnados en bolsas, carteras, pullovers, nasobucos y otros muchos artículos, aspira a convertirse en un negocio más ambicioso en el futuro.

“La idea de Gao... es que sea una tienda donde puedas encontrar todo tipo de producto artesanal, cubano y autóctono. No solamente estaré realizándolos yo, sino un sinfín de artistas de todo el archipiélago, que contribuirán a que la tienda se mantenga surtida” nos cuenta.

Uno de los principales objetivos que persigue este proyecto es implementar en Cuba el uso de objetos 100% de producción nacional. Carteras de cuero y fibras naturales, elementos de yarey, artículos para el hogar. Café, tabaco y chocolate son algunos de los productos

“LA IDEA DE GAO... ES QUE SEA UNA TIENDA DONDE PUEDES ENCONTRAR TODO TIPO DE PRODUCTO ARTESANAL”

“THE IDEA OF GAO... IS TO BE A STORE WHERE YOU CAN FIND ALL KINDS OF HANDMADE”



Gao Habana was born

The COVID-19 did not allow the Café to remain open. Unable to solve the problem, Anna dusted off her sewing machine and started making face masks for her entire family.

“In Italy I was a fashion designer and made historical costumes for theater and film. The pandemic made me realize that I had a lot of undeveloped ideas. I began to draw, design and be inspired by all the unused scraps of fabric I had at home,” Annalisa explains.



Thus, with homemade resources and a lot of heart, Gao Habana was born: a small enterprise that through popular sayings put on bags, wallets, T-shirts, face masks and many other items, aspires to become a more ambitious business in the future.

“The idea of Gao... is to be a store where you can find all kinds of handmade, Cuban and native products. I will not only be making them myself, but also countless artists from all over the archipelago, who will contribute to keeping the store stocked,” she tells us.



VIVALA
NEGOLUCTION



INSPIRE
& MAKE IT
HAPPEN

negolutionary
woman

@negolution
negolution
@negolution

negolution

Suscríbete : negolution@gmail.com

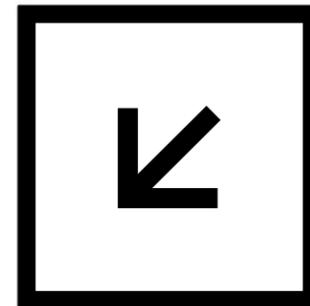
VISITA LA TIENDA
— DEL NEGOLUTIONARIO —

www.negolution.com

que desea incluir Annalisa en Gao Habana. Nos afirma que tendrán un sello único y exclusivo, pues no habrá una producción masiva. Cada pieza será diferente.

Sobrevivir en Cuba

Para Annalisa vivir en Cuba fue un desafío. Al no dominar el español, los tropiezos de los primeros meses no fueron pocos. La Habana Vieja fue su escuela. Las vivencias del barrio, las conversaciones con los vecinos y la rutina habanera, fueron la inspiración para el arte que plasma en cada una de las confecciones de Gao Habana.



“En un principio comenzaron a cobrarme de más en muchos lugares por mi acento. Sabían que era extranjera. Cada vez que bajaba por Teniente Rey, el acoso era constante. Hasta que descubrí algo que identificaba a los

cubanos de la zona: siempre estaban cargando artículos y bolsas en sus manos. Entonces comencé a hacer lo mismo, hasta que todos se fueron acostumbrando e incluso, a confundirme con una oriental nacida en Guantánamo” cuenta entre risas.

Annalisa es italiana, pero vivir y sembrarse aquí por tantos años, la hace pensar que este también es su hogar.

“Gao es la casa de uno. En Italia te enseñan una cosa desde que eres pequeño: el hogar es lo más importante, pues es donde está tu familia, tus raíces, tu corazón; es donde creces, aprendes y al final te desprendes para descifrar el mundo, pero siempre necesitarás volver”.

One of the main objectives of this project is to implement the use of objects 100% locally produced in Cuba. Leather and natural fiber handbags, yarey (a type of palm) articles, household items. Coffee, tobacco and chocolate are some of the products Annalisa wants to include in Gao Habana. She says they will have a unique and exclusive hallmark, as there will be no mass production. Each piece will be different.

Surviving in Cuba

For Annalisa, living in Cuba was a challenge. Not being fluent in Spanish, there were many stumbling blocks in the first months. Old Havana was her school. Her experiences in her local neighborhood, the conversations with neighbors and the Havana routine were the inspiration for the art that she captures in each of Gao Habana's garments.

“At first they began to overcharge me in many places because of my accent. They knew I was a foreigner. Every time I went down Teniente Rey Street, the harassment was constant. Until I discovered something that identified Cubans in the area: they were always carrying items and bags in their hands. Then I started to do the same, until everyone got used to it and even started to mistake me for a woman born in the east, from Guantánamo,” she says with a laugh.

Annalisa is Italian, but living here for so many years means she also thinks of Cuba as her home.

“Gao is one's home. In Italy they teach you one thing when you are little: home is the most important thing, because it is where your family is, your roots, your heart; it is where you grow, learn and in the end you part with it to decipher the world, but you will always need to come back.”



TÚ NO QUIERES SEGUIDORES

Quiéres clientes

POR / BY: RIGO GARCÍA BERRIEL

ATRACCIÓN AWARENESS

Esta primera fase es en la que la mayoría de las personas están, y se quedan de por vida. En ella, el objetivo es crecer en seguidores, incrementar nuestra audiencia. Es una etapa necesaria, pero es solo el inicio de lo que como empresa o creadores de contenido queremos.

This first phase is where most people are at, and stay for life. In it, the goal is to grow in followers, to increase our audience. It's a necessary stage, but it is only the beginning of what we as an enterprise or content creators want.

INTERACCIÓN ENGAGEMENT

Una vez empezamos a tener seguidores es indispensable saber qué los mueve, qué quieren ver, qué los motiva, qué esperan de nosotros; esto solo se logra a través de una interacción constante. Es importante responder a los comentarios y lanzar preguntas de interés que nos ayuden a crear un vínculo.

Once we begin to have followers, it is essential to know what moves them, what they want to see, what motivates them, what they expect from us. This can only be achieved through constant interaction. It is important to respond to comments and ask interesting questions that help us create a bond.

FIDELIZACIÓN LOYALTY

Por último, está la fidelización...si has llegado hasta acá te has percatado de que el trabajo no es nada fácil. Es menos costoso mantener un cliente que buscar uno nuevo. Así que nunca te alejes de tu esencia: de mantenerte fiel a quienes te siguen. No queremos vender pan hoy y tener hambre mañana.

Finally, there's loyalty. If you've gotten this far, you've realized that the task is not easy. It's less expensive to keep a customer than to find a new one. So never stray from your essence: to stay loyal to those who follow you. We don't want to sell bread today and go hungry tomorrow.

CONVERSIÓN CONVERSION

Una vez tengamos seguidores que se sienten identificados con nosotros, llega la hora de convertirlos en clientes. Esto se logra a través de llamadas a la acción, publicidad y un correcto manejo de la relación con el cliente.

Once we have followers who identify with us, it is time to convert them into customers. This is achieved through calls to action, advertising and proper customer relationship management.

EXPERIENCIA PERSONAL

En mi faceta de escritor hago lo siguiente, planifico cuatro post a la semana, tres de ellos para captar nuevos seguidores y uno para lograr la conversión. Como soy enemigo de la publicidad "burda" o directa lo que hago es que el post publicitario cuenta generalmente la historia de una de las frases de mi libro, generalmente si las personas se sienten identificadas, terminan comprando un ejemplar. La etapa de interacción la cubro a diario gracias a las stories de Instagram que son una herramienta excepcional para mantener el contacto con los futuros clientes.

PERSONAL EXPERIENCE

In my facet as a writer I do the following: I plan four posts a week, three of them to attract new followers and one to achieve conversion. As an enemy of "in-your-face" or direct advertising, what I post instead generally tells the story of one of the phrases in my book. If people feel identified with it, they end up buying a copy. I cover the engagement stage on a daily basis thanks to Instagram Stories, which are an exceptional tool to keep in touch with future clients.

BIZADVICE

First things first, the idea that sharing what we publish and "liking" our posts helps us is real. But it helps us much more if someone puts their hand in their pocket and buys our products or hires our services. You can't live off "likes" alone.

In order to convert our followers on social networks into customers, we need a precise marketing strategy. On a personal level, what has worked best for me is the "sales funnel," a tool that I will explain today, which has four fundamental steps.



YOU DON'T WANT FOLLOWERS.
YOU WANT CUSTOMERS

NET- WOR- KING

negolution

(+53) 5 249 5295
negolution@gmail.com



organización
de encuentros
y eventos con
emprendedores
cubanos

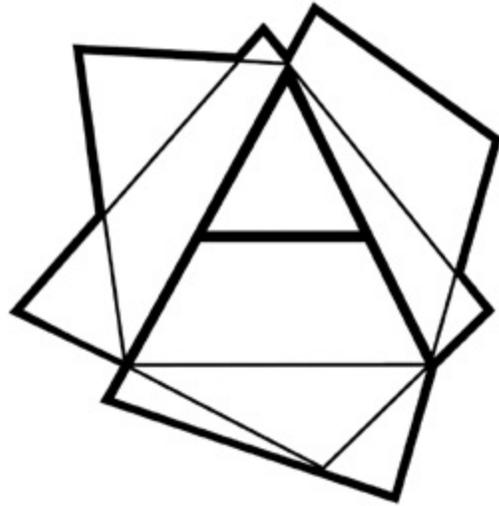
mandao



¡VIVE!

Mándate y descarga





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

