

INSPIRES & MAKES IT HAPPEN

negolution

February

Yuneisa
Perera
Rodríguez

Yuma Massage

"Without a cohesive team, it is impossible for your business to grow and survive"

"Sin un equipo fusionado es imposible que tu negocio crezca y sobreviva"

Hasta
tu hogar
Right to
your door

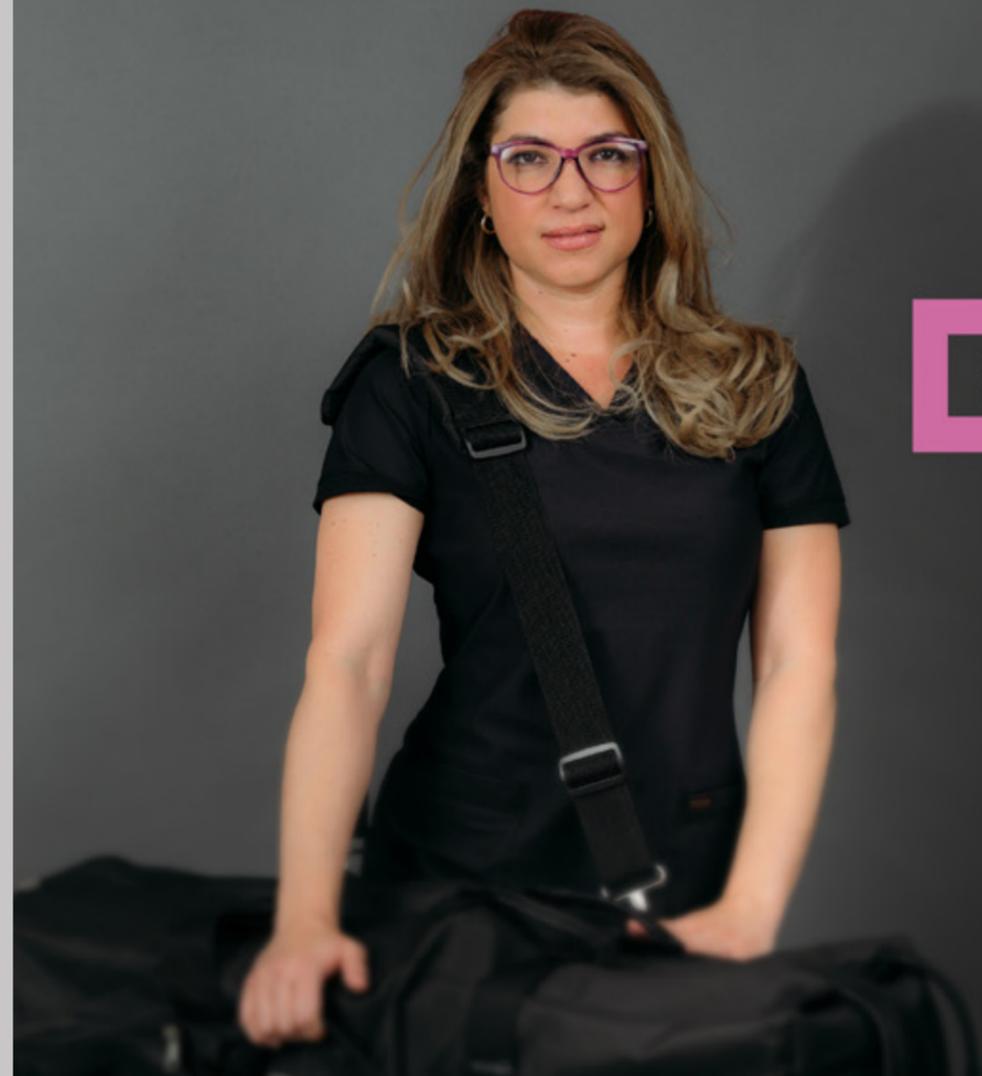
issue



Master®
MASSAGE EQUIPMENT

33

DEUS
EXPERTOS CONTABLES



CASO DE ÉXITO / SUCCESS STORY

- 10 Desde i4films también se cuenta Cuba
- 18 *i4films: Telling Cuban stories*
Pixie Curtis o el extraño caso de la niña que hubiésemos querido ser
Pixie Curtis or the strange case of the little girl we would have liked to be
- 34 **PITCH**
Nerea Bisutería: transformar sueños en accesorios
Nerea Bisutería: Transforming dreams into accessories

GREENBIZ

- 36 ProLimpCuba: uno de los negocios ganadores en tiempos de pandemia
ProLimpCuba: One of the winning businesses in times of pandemic

EMPRENDIMIENTOS EN LA RED

- 42 ONLINE ENTREPRENEURSHIP
Tres tendencias para sobresalir en redes sociales este 2022
Three trends to stand out on social media this 2022

EN PORTADA / COVER
YUNEISA PERERA RODRÍGUEZ
PHOTO: CORTESÍA
LA ENTREVISTADA



CALLE 31 ESQUINA 66 #6602, MIRAMAR, PLAYA, LA HABANA, CUBA
+537 72067848

negolution

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



Necesitaba sentir su calor, su olor, su sabor... ¡Ahí llegó mi hamburguesa!

Feliz Día del Amor y la Amistad

f t i @juankyspan www.juankyspan.com

contents

febrero

issue 33

- 48 **EMPREDIMIENTO SOCIAL**
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
"Cubela's Laundry: limpiar el alma"
"Cubela's Laundry: Cleaning the soul"
- 52 **INBEST**
Emprendimiento y comercio exterior en Cuba: ¿utopía o realidad?
Entrepreneurship and foreign trade in Cuba: Utopia or reality?
- 61 **LA COLUMNA** THE COLUMN
La creación de Mipymes en Granma, con el viento a favor
The creation of MSMEs in Granma: With the wind in their sails
- 64 **BIZADVICE**
Cuatro consejos para ser un mejor vendedor
Four tips to be a better salesperson

18



66



10



46



36



32



INSPIRES
& MAKES IT
HAPPEN



🐦 @negolution
📘 negolution
📷 @negolution

+53 5 292 2288

negolution

Suscríbete : negolution@gmail.com

VISITA LA TIENDA

— DEL NEGOLUTIONARIO —

www.negolution.com



**BARBARA'S
POWER**
CONFECCIONES

IG: @barbaraspowercuba

FB: BarbarA's Power Cuba

Grupo de FB: Familia de BarbarA's Power

+53 5 684 9562 www.barbaraspower.com

INSPIRES
& MAKES IT
HAPPEN

@negolution
negolution
@negolution



Querid@s negolutionari@s este primer número del año viene lleno de buena energía para ustedes, mucha paz interior y armonía que nos ayuden a enfrentar esta crisis compleja que atravesamos. Inflación, tipos de cambio descontrolados, personas marchándose en masa. Un escenario que nos toca enfrentar con fuerza y capacidad. Qué difícil amig@s! Pero aquí nos tienen...

Lean nuestra portada y ya entenderán todo, traemos a Yuma Massage, una historia de equipo y de superación; por ahí les dejaremos los contactos. Otros "monstruos" i4films, unos muchachos haciendo cine en Cuba, con todo lo que eso implica y conlleva.

En emprendimiento social tenemos una reciente Mipyme de lavandería que con su labor ayudan a muchos círculos y casa de abuelos de la ciudad. También, traemos la historia de una muchacha que en pandemia se superó y creó su línea de bisutería; el ejemplo de cómo muchas personas no se quedaron de brazos cruzados y enfrentaron la adversidad con creatividad.

Ojalá Negolution les ayude a desarrollar su creatividad, y los inspire a tomar decisiones. De los cobardes no se ha escrito nada, dice el dicho; así que luchen por su sueño, donde sea y como sea, sin hacer daño a nadie, trabajando y llegando cada día más cerca de la meta. Si fracasan y sienten que volvieron atrás, es solo un paso para coger impulso, porque no hay derrota de la que no se aprenda, queridos negolutionari@s.

Dear negolutionaries, this first issue of the year is full of positive energy, a lot of inner peace and harmony to help us face the complex crisis we are experiencing. Inflation, uncontrolled exchange rates, people leaving en masse. A scenario that we have to face with strength and capacity. How difficult, my friends! But here we are...

Read our cover and you will understand everything. We bring you Yuma Massage, a story of teamwork and self-improvement; the contacts are provided. We also present other business "giants": this time i4films, a group of young guys making movies in Cuba, with all that this implies and entails.

In our social entrepreneurship section, we bring you the story of a recently created MSME in the laundry sector, which helps many kindergartens and care homes in the capital. In addition, the tale of a young woman who overcame the difficulties of the pandemic and created her own line of accessories; an example of so many people who did not stand idly by and faced adversity with creativity.

We hope Negolution helps you to develop your creativity and inspires you to make decisions. Nothing is written about cowards, as the saying goes; so fight for your dreams, wherever and however you can, without hurting anyone, working hard and getting closer to the goal every day. If you fail and feel that you have gone backwards, it is only a step to gain momentum, because there is no defeat from which you cannot learn, dear negolutionaries.



DEAR
NEGOLUTIONARIOS

Suscribe at : negolution@gmail.com

MARTA DEUS

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Marta Deus'.



A PARTIR DE LA INSTITUCIÓN DEL REGISTRO DEL CREADOR AUDIOVISUAL MUCHAS DE LAS PRODUCTORAS INDEPENDIENTES EN CUBA SE HAN VISTO RECONOCIDAS POR

LAS INSTITUCIONES ESTATALES EN LA ISLA. ES EL CASO DE i4films, UNA PRODUCTORA DE CINE QUE EN ALREDEDOR DE 2 AÑOS HA LOGRADO CONCRETAR MÁS DE 100 PROYECTOS.

DESDE i4films

TAMBIÉN SE CUENTA CUBA

POR / BY: LISANDRA ANDRÉS COTS

Inti Herrera y Reymel Delgado trabajan desde hace alrededor de 20 años en el mundo del audiovisual. Compartían algunos proyectos comunes y otros individuales hasta 2019, cuando a raíz de la apertura del Registro del Creador audiovisual deciden unirse y hacer su propia productora: i4films.

Inti, graduado de la Escuela Internacional de Cine y Tv de San Antonio de los Baños y de la Facultad de Medios Audiovisuales del ISA, y Reymel, de formación autodidacta, coinciden en que la gran fortaleza de su grupo es el capital humano.

“Nuestro equipo está compuesto solamente por productorxs (8 actualmente). No contamos con equipamientos propios. Consideramos que uno de nuestros puntos fuertes es la formación de los miembros de i4films. Tenemos especialistas en diversas áreas de la producción, y somos capaces de llevar varios proyectos a la vez, de todo tipo, sin importar la complejidad. Amamos lo que hacemos y vivimos honradamente de ello. Nos hemos conformado más como una familia que como un equipo de trabajo. A partir de ahí, todo es ganancia”.

“FOLLOWING THE CREATION OF THE REGISTRY OF INDEPENDENT FILM AND AUDIOVISUAL CREATORS, MANY INDEPENDENT PRODUCERS IN CUBA HAVE BEEN RECOGNIZED BY STATE INSTITUTIONS. SUCH IS THE CASE OF i4films, A FILM PRODUCTION COMPANY THAT IN JUST TWO YEARS HAS 100 PROJECTS TO ITS NAME”

ENG

Inti Herrera and Reymel Delgado have worked in the audiovisual world for some 20 years. As well as individual projects, they shared others up until 2019, when with the creation of the Registry of Independent Film and Audiovisual Creators, they decided to come together to form their own production company: i4films.

Inti, a graduate of the San Antonio de los Baños International School of Film and Television, and the Faculty of Audiovisual Media of the University of the Arts (ISA), and Reymel, who is self-taught, are agreed that their strength lies in their human capital.

“Our team is composed solely of producers (currently eight). We don’t have our own equipment. We believe one of our strengths is the training of i4films members. We have specialists in diverse areas of production, and are capable of carrying out several projects at a time, of all kinds, no matter



“i4films: Telling Cuban stories”

Recibe estas fiestas con muchas
gananas, disfruta y celebra en familia
con De Bar a Casa

www.debaracasa.com

★★★★★



COMPRAR



COMPRAR

★★★★★



COMPRAR



“QUEREMOS HACER SOBRE
TODO PELÍCULAS HONESTAS, SIN
IMPORTAR LA TEMÁTICA. EL ÚNICO
COMPROMISO QUE ASUMIMOS
ES CON LA OBRA Y LA VERACIDAD
DETRÁS DE ELLA.”

Es por esto que en la carpeta
de proyectos de i4films figuran
más de 100 obras entre documen-
tales, series web, largometrajes
de ficción, cortos experimentales,
y “un largo etcétera”, como ellos
mismos afirman.

“Queremos hacer sobre todo
películas honestas, sin importar la
temática. El único compromiso que
asumimos es con la obra y la vera-
cidad detrás de ella. Nos gustan los
retos, particularmente nos emo-

*the complexity. We love what we
do and we make an honest living
from it. We have become more like
a family than a work team. Beyond
that, everything else is a plus.”*

*The portfolio of i4films con-
sists of over 100 works, including
documentaries, web series, feature
films, experimental shorts, and “a
long list of etceteras,” as they them-
selves state.*

*“Above all, we want to make
honest films, no matter the theme.*



cionan las producciones grandes, pero
no desechamos ningún proyecto. Para
nosotros todos son importantes”.

Hace alrededor de 1 año, i4films
formó parte del primer largometraje
conjunto entre los Grupos Creativos
Independientes y el Instituto Cubano
de Arte e Industria Cinematográficos
(ICAIC), ya estrenado en los cines de La
Habana.

“Ahora mismo se respira un aire
cordial y de diálogo constante con la
institución. El largometraje de ficción
“Cuentos de un día más”, nació de esa
sinergia reciente con el ICAIC, y en rea-
lidad, es la primera coproducción entre
la entidad y diversos grupos de creación
independientes, es una muestra de lo que
puede lograrse convocando a disímiles
actores del medio audiovisual. Nosotros
estamos contentos con este vínculo y con
el impulso que han tenido otras tantas
productoras y proyectos, a raíz de la salida
del Fondo de Fomento. Es un espacio
conquistado, hoy en día puedes apreciar
un panorama muy armónico y al final
quien sale ganando es el cine cubano”.

Experiencias que demuestran, según
estos productores, que se puede hablar de
la configuración de una nueva escena en el
medio audiovisual, con un acercamiento
real entre instituciones y creadores inde-
pendientes. Sin embargo, son muchos los
retos que quedan por vencer.

“En lo práctico, aunque seamos
reconocidos por las instituciones gu-
bernamentales nominalmente a través
de la resolución 373 del Mincult,

"ABOVE ALL, WE WANT TO MAKE HONEST FILMS, NO MATTER THE THEME. OUR ONLY COMMITMENT IS TO THE WORK AND THE VERACITY BEHIND IT"

Our only commitment is to the work and the veracity behind it. We like challenges. We are particularly excited by large-scale projects, but we don't rule anything out. For us, all are important."

About a year ago, i4films formed part of the first co-produced feature film, a joint venture between Independent Creative Groups and the Cuban Institute of Cinematographic Art and Industry (ICAIC), which premiered in Havana's movie theaters.

"Right now, there is a friendly relationship of constant dialogue with the institution. The feature film "Cuentos de un día más" (Tales of Another Day) was born of this recent synergy with ICAIC and in reality, it's the first co-production between the institution and several independent groups. It shows what can be achieved when a range of audiovisual media figures come together. We are happy with this relationship and the promotion of so many production companies and projects, following the creation of the Fondo de Fomento (Development Fund). This space has been conquered and today you can appreciate a harmonious scenario, and at the end of the day, it is Cuban film that benefits."

According to these producers, these experiences demonstrate a new configuration of the audiovisual media scene in Cuba, with a rapprochement between institutions and independent creators. However, there remain many challenges to overcome.

"In practice, although we are nominally recognized by government institutions through Resolution 373 of the Ministry of Culture, many ignore us and seek to perpetuate old economic relations that leave these groups out. It's a long road, and a lot of patience is required in order to gradually transform and change all these vestiges of the recent past.

CASO DE ÉXITO SUCCESS STORY

muchas de ellas viran la cara, pretendiendo perpetuar viejas formas de relaciones económicas que no cuentan con estos grupos de creación. Es un camino largo y hay que tener mucha paciencia para, poco a poco, transformar y cambiar todos estos vestigios del pasado reciente."

"El contexto del cine cubano debe comenzar a revolucionarse con una avalancha de títulos que seguramente traerá una etapa muy positiva, aunque sería absurdo sentarnos a contemplar lo realizado, falta mucho por hacer. Debemos lograr que ese encadenamiento entre todo el sistema que compone el cine, desde la producción a la exhibición, logre existir de una forma moderna, de manera lo más horizontal posible y diversa. El encadenamiento vertical, donde existía un Instituto-Estudio-Cadena exhibidora, no funciona más. Necesitamos recuperar la presencia en la arena internacional, llevar cine cubano a mercados, festivales, muestras y todo tipo de intercambios posibles. No hay que olvidar que somos un cine periférico, por tanto, es bueno contemplar todas las ventanas posibles."

Cuidadosos con sus palabras, celosos de su proyecto y lo que han logrado hacer en poco tiempo, y en condiciones de pandemia, estos jóvenes creadores aseguran que siempre les va a interesar contar historias sin delicadezas excesivas.



"In the Cuban film context, an avalanche of new titles should begin to shake things up, which will certainly bring with it a very positive stage. But it would be absurd to simply take for granted what's been achieved so far; there is much more to be done. We need to ensure that this linkage between the entire system that makes up the film world, from production to screening, exists in a modern form, in the most horizontal and diverse way possible. Vertical linkage, by which there is an Institution-Studio-Exhibitor no longer works. We need to recover our presence in the international arena, take Cuban film to different markets, festivals, showcases, and participate in every possible exchange. We can't forget that we are peripheral film, so its important to consider all possible settings.

Careful with their words, committed to their project, and proud of what they have achieved in a short space of time, and amid a pandemic, these young creators note that they will always been interested in telling stories without excessive tact.

"Cuba is our world, the imaginary, the real. Cuba's story always has to be told. It is our luxury to



**FU
MI
YA
KI**
RESTAURANTE
— JAPONÉS —



Calle 26, #367 e/ 23 y 25,
Vedado, La Habana, Cuba
fuumiyakicuba@gmail.com
f fuumiyakicuba
(+53)783337939
(+53)52832188
味



S. BORGES
Cuban Design

f i in p @
s.borgesdesign.com



*Blue
love*



VÉLO CUBA

30% de descuento

¡Disfruta este San Valentín junto a Vélo Cuba!
Te traemos un descuento para parejas y grupos,
en los tours que se realicen el
Domingo 13 de Febrero.

Puede reservar llamando al 5 282 5148 o al 7862 0896

Prado No. 20 entre San Lázaro y Capdevilla.

@velo_cuba @velocuba



CASO DE ÉXITO / SUCCESS STORY

“Cuba es nuestro mundo, el imaginario, el real. Cuba hay que contarla siempre. Es nuestro lujo, tener cine nacional. Ver una imagen, o una historia de una calle cubana en el cine o en la tv o en la web, es un derecho ejercido a plenitud. Un país sin imagen, no existe, nos recuerda Julio García Espinoza. Por tanto, quizás somos parte, sin saberlo, de un sector estratégico, vital. No ejercemos la autocensura y buscamos siempre poder conversar todo, contar películas honestas, sin tener que ubicarse en un polo, sin tener que dividirnos en grupos. Enseñar siempre las dos caras de la moneda y, asumir lo bueno y lo malo, y las enseñanzas. Cuba necesita cine sin manipulaciones ni presiones, de ningún lado, aquí hay cosas malas y cosas buenas. La narrativa nunca es una sola.”

Muchos expertos coinciden en que, aunque desde los años setenta ya existían jóvenes interesados en hacer un cine diferente y paralelo al del ICAIC, no fue hasta ya entrados los años 2000 que la estructuración del campo cinematográfico evidencia una favorable diversificación, que se ha hecho mayor en los últimos años, cuando prevalecen las producciones independientes en el universo cinematográfico de la Isla. El escenario

have a national film industry. To see an image, or a story of a Cuban street in film or on television or online, is a right we fully enjoy. A country without an image doesn't exist, as Julio García Espinoza reminds us. As such, perhaps, without realizing it, we are part of a strategic sector. We don't exercise self-censorship and we always seek to discuss everything, offer honest films, without positioning ourselves at any extreme, without separating ourselves into groups. Always showing the two sides of the story and assuming the good and the bad, the lessons. Cuba needs film without manipulations or pressures, from any side. Here there are good and bad things. The narrative is never a single story.”

Many experts agree that although there were young people interested in making different kinds of film, parallel to those produced by ICAIC back in the seventies, it was not until after the year 2000 that the cinematographic field witnessed a favorable diversification. This has increased in recent years, with the prevalence of independent productions in the Cuban film industry. The current context poses challenges and opportunities for independent creators. But if there is one thing the guys at i4films agree on, it's that Cuban film benefits from all of this.

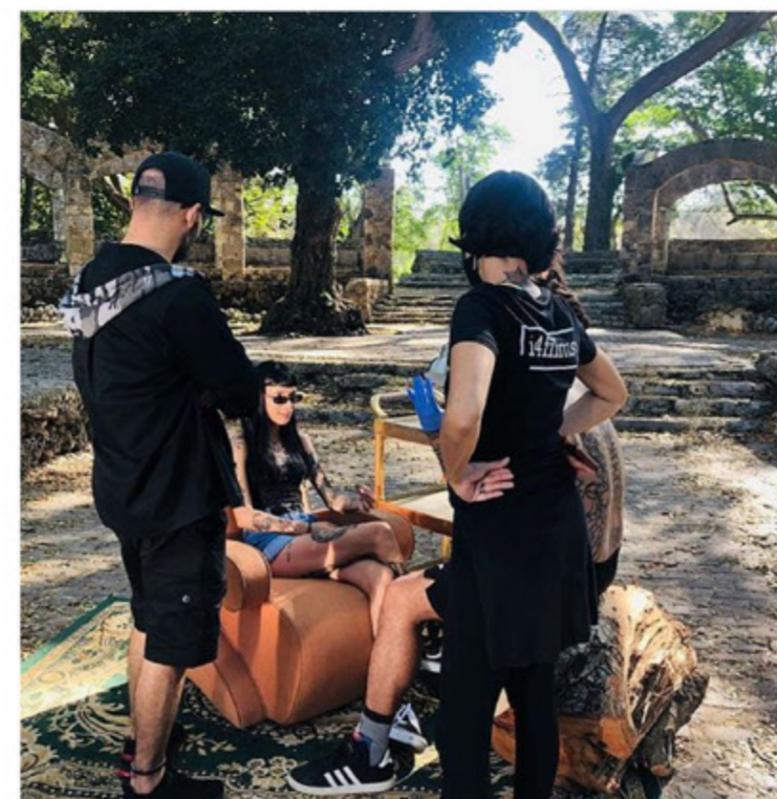
“We have a rich film history, which has seen dry spells and other more productive periods, as is normal. Through our modest efforts, we would like each Cuban short, feature, or documentary to have the same possibility and scope as audiovisuals in the rest of the world, respecting the stories, the discourses; understood as an expression of creative freedom that cannot be limited. We have a responsibility to fight to open up new paths and ensure that Cuban cinematography transcends borders. The responsibility to tell Cuban stories.”



actual supone para los creadores independientes un camino de oportunidades y desafíos. Pero si en algo están de acuerdo los muchachxs de i4films, es que, en todos los escenarios, sale ganando el cine cubano.

“Tenemos un cine muy rico, que ha transitado por etapas de sequías y otras muy fecundas, como es normal. Quisiéramos lograr, con nuestros modestos esfuerzos, que cada corto, largometraje o do-

cumental cubano, tenga la misma posibilidad y recorrido que los audiovisuales del resto del mundo, que se respeten los relatos, los discursos; y se entiendan definitivamente como un ejercicio de libertad creativa que no se puede coartar. Tenemos la responsabilidad de pujar para abrir nuevos caminos y que la cinematografía cubana trascienda las fronteras. La responsabilidad de contar Cuba y sus historias.”



POTENCIA EL AMOR...
CRECE CON SOVI



PIXIE CURTIS

O EL EXTRAÑO CASO DE LA NIÑA QUE HUBIÉSEMOS QUERIDO SER

POF / BY: KARLA PAZ

Pixie Curtis or the strange case of the little girl we would have liked to be

Si retrocedes un poco en tus recuerdos de la infancia, seguro encontrarás alguno en el que deseaste tener un poco más de dinero propio para obtener las piezas de tu nave espacial o simplemente comprarte, por tu cuenta, ese dulce que tus padres te negaron. Para la sorpresa de todos Pixie Curtis ha materializado ese "recuerdo" a la temprana edad de 10 años.

▲ **"Pixie's Fidget": la historia**

Para diciembre de 2021, la niña australiana se habría convertido en titular de diversos medios alrededor del mundo. Con la ayuda de su madre Roxy Jacenko, fundó una empresa de juguetes, con la que podrá jubilarse, si

ENG

If you go back a bit in your childhood memories, you're sure to find one where you wished you had a little more money of your own to get the parts for your spaceship or just buy, on your own, that candy your parents denied you. To everyone's surprise, Pixie Curtis has materialized that "memory" at the tender age of 10.

▲ **The story behind "Pixie's Fidgets"**

By December 2021, this Australian girl had made headlines around the world. With the help of her mother, Roxy Jacenko, Pixie founded a toy company, with which





lo desea, siendo millonaria nada más y nada menos que dentro de 5 años.

Pixie's Fidget fue lanzada como marca en mayo de 2021 y durante el primer mes ya había recaudado una cantidad semejante a 120.000 euros. Por otra parte, la madre habría creado el proyecto Pixie's Bows, cuando la pequeña era apenas un bebé, para la venta de accesorios del cabello. Hoy ambos conforman la cadena Pixie's Pix, de la cual la niña es propietaria.

▲ Pero, ¿quiénes son los padres de esta criatura?

Roxy comenzó a trabajar en McDonalds con 14 años, quizás por eso asume que el emprendimiento constituye un gran impulso y justo así, pretende enseñarlo a su hija; no obstante, declaró al portal The Sun que en el momento en punto en que Pixie desee no involucrarse demasiado, lo reevaluará, "por ahora ella está feliz y aprendiendo mucho", agregó.

Resulta válido señalar que la señora Jacenko, es además, Directora de la firma de relaciones públicas Sweaty Betty en Sidney y junto a su esposo Oliver Curtis, son reconocidos por sus habilidades en el sector de los negocios. ¿Quién quita que la pequeña no pueda superarlos?

▲ Disparo de ventas-fidget toys, necesariamente paralelos

"A 10-YEAR-OLD AUSTRALIAN GIRL AND HER MOTHER FOUNDED "PIXIE'S FIDGETS," THE TOY RANGE THAT WILL ALLOW HER TO RETIRE IN ABOUT FIVE YEARS"

she will be able to retire, if she wishes, as a millionaire in no less than five years.

Pixie's Fidgets was launched as a brand in May 2021 and within the first month had already made about 120,000 euros. On the other hand, her mother had previously created the Pixie's Bows range of hair accessories, when she was just a baby. Today they both form part of the Pixie's Pix business, of which this little girl is the owner.

▲ But who are the parents of this child?

Roxy started working at McDonalds when she was just 14 years old. Maybe that's why she believes that entrepreneurship is a great opportunity and intends to teach her daughter the same. However, she told The Sun that as soon as Pixie

Las tiendas son todo un fenómeno en lo que a ventas se traduce. Los "fidgets toys" ocupan un lugar cimero dentro de los juguetes que prefieren los infantes en la actualidad. Y es que el confinamiento de los últimos años, hace de este tipo de entretenimiento uno de las prácticas más comunes.

Volviendo a los recuerdos de la infancia, tú también disfrutabas (o disfrutas) explotar burbujas del plástico de los envoltorios, y si tu pregunta es qué son los fidgets toys, pues la respuesta es sencilla: juguetes para aliviar el estrés y los trastornos de ansiedad, la agitación o el aburrimiento. Se usan para actividades agradables pero sin fines cognitivos necesariamente (como las burbujas de plástico). Cabe destacar entonces a los famosos spinners, los pop it, blocks, push pop, entre tantísimos otros.

De igual modo, los accesorios para el cabello y los que han sido capaces de generar para niños; como ropa y zapatos, también ocupan un por ciento importante en el monto total de las ventas mensuales.

▲ Explosión -en red-

wishes to take a step back, she will reevaluate the business, but "for now she's happy, she's learning a lot."

It is worth noting that Roxy Jacenko is also a director of the Sydney public relations firm Sweaty Betty and, together with her husband Oliver Curtis, is renowned for her business skills. Who's to say that their little girl can't outdo them?

▲ The parallel surge in sales of fidget toys

Fidget toys have become a sales phenomenon, occupying a top place among the toys preferred by children today. The confinement of recent years has made these kinds of objects even more popular.

Going back to childhood memories, you too enjoyed (or enjoy) popping bubbles from plastic wrap, and if your question is what exactly are fidgets toys, well, the answer is simple: toys to relieve stress and anxiety disorders, agitation or boredom. They are used for pleasant activities but not necessarily for cognitive pur-

poses (like plastic bubbles). It is worth mentioning the famous spinners, pop it, blocks, push pop, among many other such toys.

Similarly, hair accessories and other goods targeted at children, such as clothes and shoes, also occupy an important percentage of the total amount of monthly sales of this business.

▲ Social media explosion

One of the most striking aspects that characterizes Pixie is, without a doubt, her entrepreneurial spirit; which has secured her a large number of followers on social media, with around 111,000 on Instagram fundamentally.

This positioning has allowed the little girl to model the products offered by her store, which has become a double-edged sword, as she is the target of the sharpest criticisms regarding the contradictions involved in a girl "working or burning stages," even if she is having fun.

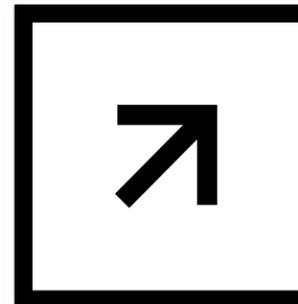
And while it may seem like a family mission, it's safe to say that Pixie is not the youngest entrepreneur, as her seven-year-old brother Hunter also owns his own company created by Roxy. The store, which will initially only sell hats, is profiting another small businessman about whom little is known...

"UNA AUSTRALIANA DE 10 AÑOS, FUNDA JUNTO A SU MADRE: "PIXIE'S FIDGETS", UNA LÍNEA DE JUGUETES QUE LE PERMITIRÁ JUBILARSE DENTRO DE CINCO AÑOS APROXIMADAMENTE."

Uno de los aspectos más llamativos que caracterizan a Pixie es, sin dudas, su espíritu de emprendedora; que le ha proporcionado un gran número de seguidores en las redes sociales, alrededor de 111 mil en Instagram fundamentalmente.

Dicho posicionamiento ha permitido que la niña sea modelo de los productos que ofrece su tienda, lo que se ha vuelto un arma de doble filo, pues es blanco de las críticas más filosas en cuanto a las contradicciones a las que conlleva que una niña "trabaje o quemé etapas", aunque se esté divirtiendo.

Y aunque pareciera una misión familiar, no se puede asegurar que Pixie es la emprendedora más joven, puesto que su hermano Hunter, de siete años, también posee su propia empresa creada por Roxy. La tienda, que en un inicio será solamente de gorras perfila a otro pequeño empresario de quien poco se conoce...



POR / BY: LISANDRA ANDRÉS COTS

“Without a cohesive team, it is impossible for your business to grow and survive”

Hasta tu hogar
Right to your door

“ Sin un equipo fusionado es imposible que tu negocio crezca y sobreviva”

Yuma
Massage

Recibir un Masaje

Recibir un masaje puede ser una de las cosas más increíbles del mundo en cuestiones de placer corporal, pero a veces, el simple hecho de pensar en ir al spa o salón donde los hacen, nos da un poco de flojera y nos disuade, de ahí que en los últimos años el home service, o masajes profesionales a domicilio, se haya popularizado por su comodidad y beneficios.

En Cuba, pioneros en este tipo de servicios es el equipo de Yuma Massage, liderados por Yuneisa Perera Rodríguez, psicóloga de formación, quien a través de un amigo empezó a interesarse por el mundo de los masajes, y desde ahí, no hubo vuelta atrás.

Cuenta Yuneisa que el origen del proyecto es el

“YUMA MASSAGE BUSCA CRECER NACIONAL E INTERNACIONALMENTE ABOGANDO POR LLEVAR SUS SERVICIOS HASTA EL HOGAR”

de una historia de amor. El nombre: YUMA, nace de la fusión entre Yuneisa (YU) y Manuel (MA), pareja fundadora del negocio. Con esfuerzo y dedicación hoy se han convertido en pioneros del masaje móvil en la Isla, contando con un sinnúmero de clientes fidelizados.

ENG *Getting a massage can be one of the most incredible things in the world in terms of bodily pleasure. But sometimes, the mere thought of going to a spa or salon where they offer them sparks a little laziness and deters us. Hence, in recent years professional massages services from the comfort of your own home have become popular due to the convenience and benefits.*

In Cuba, the Yuma Massage team are pioneers in this type of service. The business is led by Yuneisa Perera Rodríguez, a psychologist by training who through a friend became interested in the world of massages, and from there, there was no turning back.

Yuneisa explains that the origin of the project is a love story. The name: YUMA, was born from the merger between Yuneisa (YU) and Manuel (MA), the founding couple of the business. With effort and dedication, today they have become pioneers of mobile massage on the island, with countless loyal customers.

How did the business start?

“Yuma Massage arose in 2015, when we started as owners of this project, continuing the work of Eric Garcí, an experienced therapist, founder of this massage parlor, and with whom I worked four years approximately. So, in the beginning we only offered massages in our own premises. Little by little, we realized that our clients, who came from many different coun-

“YUMA MASSAGE SEEKS TO GROW NATIONALLY AND INTERNATIONALLY BY OFFERING ITS SERVICES IN YOUR OWN HOME”

¿Cómo empieza el negocio?

“Yuma Massage surge en el año 2015, cuando iniciamos como dueños de este proyecto, siendo continuadores de nuestro antecesor Eric García, terapeuta experimentado, fundador de este salón de masajes; y con el cual trabajé 4 años aproximadamente, por lo que en un inicio solíamos solo dar masaje en nuestro local. Poco a poco nos fuimos dando cuenta que los clientes, que provenían muchos de diferentes países, necesitaban ahorrar tiempo, otros no querían interrumpir el proceso de relajación teniendo que salir del salón y tomar un taxi, etc., por lo que notamos que cada vez más, necesitaban recibir nuestros servicios desde la tranquilidad de sus casas, hotel o incluso oficinas. Desde el comienzo hasta la actualidad hemos crecido gradualmente en cuánto a clientes, trabajadores y servicios.”

El equipo tiene actualmente 9 terapeutas especializados en diferentes tipos de masajes, aunque el servicio de masaje anti estrés es uno de los más solicitados. Su lema es “Primero la superación y después el masaje”, de ahí que los terapeutas tengan que superarse constantemente. Toman y aplican técnicas de diferentes escuelas de masajes, de acuerdo con las especificaciones o necesidades de cada cliente. Actualmente, aunque el 90 por ciento son extranjeros, trabajan para acercar estos servicios al cliente cubano.

¿Qué distingue a Yuma Massage?

“En primer lugar nuestro sello es que el cliente se sienta no en un salón de masajes, sino en una familia. Nos distingue

“POCO A POCO NOS FUIMOS DANDO CUENTA QUE LOS CLIENTES, QUE PROVENÍAN MUCHOS DE DIFERENTES PAÍSES, NECESITABAN AHORRAR TIEMPO”

“LITTLE BY LITTLE, WE REALIZED THAT OUR CLIENTS, WHO CAME FROM MANY DIFFERENT COUNTRIES, NEEDED TO SAVE TIME”



▲ Glenda Regla Gómez Ruiz, Tec. Dayana Suárez Pérez, MSc. Hiram Samá Valdés, Lic. Yirian Mayedo Dieguez, Daniela Morales González y Tec. Daymara Díaz Medina



tries, needed to save time. Others didn't want to interrupt the relaxation process by having to leave the salon and take a cab, etc., so we increasingly noticed that they needed to receive our services from the tranquility of their own homes, hotel or even offices. From the beginning until today we have gradually grown in terms of clients, workers and services.”

The team currently has nine therapists specialized in different types of massages, although the anti-stress massage service is one of the most requested. Their motto is “First self-improvement



“EN PRIMER LUGAR NUESTRO SELLO ES QUE EL CLIENTE SE SIENTA NO EN UN SALÓN DE MASAJES, SINO EN UNA FAMILIA”

“FIRST OF ALL, OUR HALLMARK IS THAT THE CLIENT DOESN'T FEEL AS IF IN A MASSAGE PARLOR, BUT RATHER AMONG FAMILY”



▲ Glenda Regla Gomez Ruiz



la dinámica con que llevamos a cabo nuestros servicios a domicilio, un proyecto que nos apasiona. Nos gusta el estrés positivo de tener que movilizar varios terapeutas a la vez, llamar al chofer, trasladarnos al lugar y luego ver el resultado del trabajo. Somos un equipo que diariamente apuesta por su superación, por estar acorde a las demandas de nuestros clientes, y con ello a los estándares internacionales.

La diferencia no está en lo que hacemos, sino en cómo lo hacemos”, asegura.

¿Por qué apostar por el masaje a domicilio?

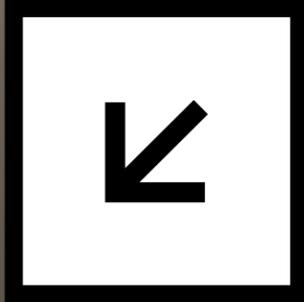
“Yo apuesto diariamente por este masaje. También he sido cliente y puedo percibir y además recomendar los servicios de masajes desde la tranquilidad del hogar. Ahorras tiempo, por lo cual puedes hacer-

“EL MASAJE ES CORPORAL, PERO SI LA MENTE NO ES CONSCIENTE DE LO QUE SE HACE, EL MASAJE NO LOGRARÁ SU OBJETIVO”



lo a menudo, una vez terminado el masaje no interrumpes la relajación teniendo que salir, cambiar de aire, de climatización, de energía, etc., ya que para lograr un 100% de efectividad del masaje es importante tener en cuenta el antes (30 minutos) y el después (alrededor de 1 hora). Nuestro cuerpo y mente luego de acabada la sesión necesita de ese tiempo para volver a incorporarse nuevamente a la rutina, sobre todo cuando es un masaje Relajante Integral Antiestrés y de tejidos profundos.

“Cuando hablo de ese momento antes del masaje me refiero a preparar las condiciones: crear el ambiente donde no vayas a ser interrumpido durante ese tiempo y tu mente pueda desconectar de tus responsabilidades y darnos permiso para trabajar. El masaje es corporal, pero si la mente no es consciente de lo que se hace y estás pendiente de otras cosas, el masaje no logrará su objetivo.”



¿Cómo funciona hacia lo interno Yuma Massage? ¿Cómo son las relaciones entre sus profesionales?

“Nuestro equipo es una gran familia, una familia donde diariamente nos preocupamos y ocupamos unos de los otros. Abundan las risas, y desde el respeto cada cual conoce sus funciones. A través de todos estos años muchos han entrado, se han quedado, otros han salido en busca de nuevas oportunidades, pero todos de una forma u otra llevan dentro de sí el concepto de familia y de unidad que nos caracteriza. Propiciamos los encuentros tanto para superarnos profesionalmente como para recrearnos y esparcirnos. Propiciamos las opiniones, escuchamos las demandas de cada miembro del equipo y las solucionamos dentro del mismo. Sin un equipo fusionado es impo-

“MESSAGE IS CORPORAL, BUT IF THE MIND IS NOT AWARE OF WHAT IS BEING DONE, THE MESSAGE WILL NOT ACHIEVE ITS OBJECTIVE.”

go outside, leave the air conditioning, lose the energy, etc., because to achieve 100% effectiveness of the massage it is important to take into account the before (30 minutes) and after (about 1 hour). Our body and mind after the session needs that time to get back into its routine, especially when it is an Comprehensive, Relaxing, Anti-stress and Deep Tissue massage.

“When I talk about that moment before the massage, I mean to prepare the conditions: create the environment where you are not going to be interrupted during that time and your mind can disconnect from your responsibilities and give us permission to work. Massage is corporal, but if the mind is not aware of what is being done and you are attentive to other things, the massage will not achieve its objective.”

How does Yuma Massage work internally and what are the relationships between its professionals like?

“Our team is a big family, a family where we take care of each other on a daily basis. Laugh-

and then massage.” Hence, the therapists have to constantly improve their work. They take and apply techniques from different massage schools, according to the specifications or needs of each client. Currently, although 90 percent are foreigners, they are working to bring these services closer to Cuban clients.

What distinguishes Yuma Massage?

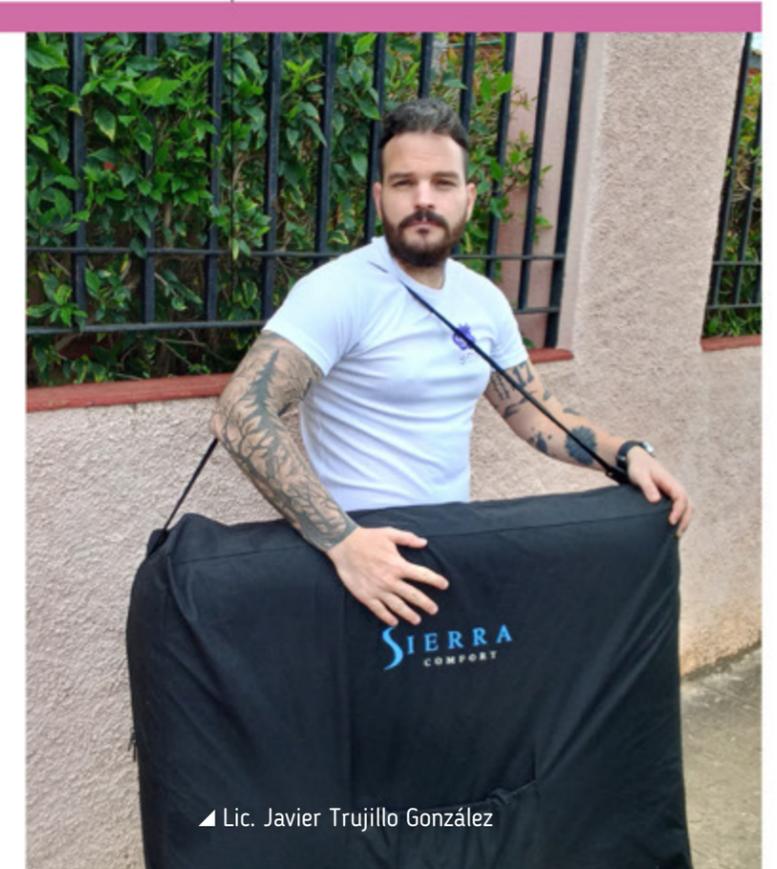
“First of all, our hallmark is that the client doesn’t feel as if in a massage parlor, but rather among family. We are distinguished by the dynamics with which we carry out our in-home services, a project that we are passionate about. We like the positive stress of having to mobilize several therapists at the same time, call the driver, move to the site and then see the result of the work. We are a team that is committed to its daily improvement, to be in accordance with the demands of our customers, and thus with international standards. The difference is not in what we do, but in how we do it.”

Why opt for home massage?

“I commit daily to this type of massage. I have also been a client and I can perceive and also recommend massage services from the tranquility of your own home. You save time, so you can do it more often. Once the massage is finished you do not interrupt the relaxation by having to



▲ Tec. Dayana Suárez Pérez



▲ Lic. Javier Trujillo González



sible que tu negocio crezca y sobreviva, y esa es la filosofía de trabajo de Yuma Massage.”

¿Cómo se proyecta el negocio en un futuro?

“En un primer momento quisiera ver el negocio a un nivel nacional, que nuestros servicios puedan ser llevados a hoteles y que por supuesto la cantera de masajistas sea superior. En un segundo momento a una escala internacional. Para llegar a este alcance bastaría con una web app, un proyecto en el cual venimos trabajando hace algunos años, pero por diversas situaciones no ha podido materializarse, pero es muy posible y viable.”



ter abounds, and with respect, everyone knows his or her role. Throughout all these years, many have joined us, many have stayed, others have left in search of new opportunities, but all of them in one way or another carry within themselves the concept of family and unity that characterizes us. We promote meetings both to improve ourselves professionally and to enjoy ourselves and socialize. We encourage opinions, we listen to the demands of each team member, and we solve them within the team. Without a cohesive team it is impossible for your business to grow and survive, and that is the work philosophy of Yuma Massage.”

How do you envision the business in the future?

“At first, I would like to see the business grow at a national level, with our services offered in hotels, and of course a superior pool of masseuses. At a second stage, growth on an international scale. To reach that scope, a web app would be sufficient, a project on which we have been working for some years, but for various reasons has not been able to materialize. But it is very possible and feasible.”



“EN UN PRIMER MOMENTO QUISIERA VER EL NEGOCIO A UN NIVEL NACIONAL, QUE NUESTROS SERVICIOS PUEDAN SER LLEVADOS A HOTELES Y QUE POR SUPUESTO LA CANTERA DE MASAJISTAS SEA SUPERIOR”



“AT FIRST, I WOULD LIKE TO SEE THE BUSINESS GROW AT A NATIONAL LEVEL, WITH OUR SERVICES OFFERED IN HOTELS, AND OF COURSE A SUPERIOR POOL OF MASSEUSES”





POR / BY: CLAUDIA YILEN

NEREA BISUTERÍA

TRANSFORMAR SUEÑOS EN ACCESORIOS

“EMPRENDER, EN UN CONTEXTO EN EL QUE LA INCERTIDUMBRE SE PRESENTÓ COMO NUNCA ANTES EN LA COTIDIANIDAD, FUE UN GRAN RETO.”



ENG *For many people, the pandemic lockdown meant more than finding oneself again. In the case of Lauren Moriña, it resulted in a creative response, fueled by her desire to offer something positive in the midst of the anguish, as well as her love for the sea and all the emotions that it sparks.*

Thus emerged Nerea Bisutería in the midst of COVID-19, a venture specialized in personalized accessories. “Seeking to stand out from the rest, I decided to link the business with the sea, and thus our customers can take with them a memory of it,” Lauren told Negolution.

The initial raw materials came from Spain, with the help of her aunt. Since then, made-to-order requests, friends and even social media groups have fueled the need to continue making anklets, bracelets and necklaces that evoke the sea.

Starting a business in an uncertain daily context has been a major challenge. “How to begin? Is this the right time? Will people like what’s offered?” were the questions this entrepreneur asked herself over and again. However, this

“STARTING A BUSINESS IN AN UNCERTAIN DAILY CONTEXT HAS BEEN A MAJOR CHALLENGE”

“EMPRENDER DURANTE EL CONFINAMIENTO HA SIDO TAMBIÉN UNA RESPUESTA CREATIVA, Y UNA FORMA DE TRANSFORMAR SUEÑOS EN ACCESORIOS”

“ENTREPRENEURSHIP HAS BEEN A CREATIVE RESPONSE TO THE LOCKDOWN, AND A MEANS OF TRANSFORMING DREAMS INTO ACCESSORIES”

Para muchas personas, el confinamiento impuesto por la pandemia supuso más que un encuentro consigo mismo. En el caso de Lauren Moriña resultó un estímulo convertido en respuesta creativa, impulsado por la vocación de ofrecer algo en medio de la angustia, su pasión por el mar y todas las emociones que genera el mismo.

Fue así como surgió Nerea Bisutería en medio de la Covid-19, un emprendimiento especializado en la confección y personalización de accesorios. “Buscando la diferencia pensé en relacionarlo con el mar y que de esta manera con los accesorios, los clientes tendrían consigo un recuerdo del mismo”, contó a Negolution su fundadora.

Los primeros materiales llegaron desde España, de manos de una tía. Desde entonces, los pedidos por encargo, las amistades y hasta los grupos en sitios de redes sociales, han surtido la necesidad creciente de seguir fabricando tobilleras, pulseras y collares que evocan al mar.

Emprender, en un contexto en el que la incertidumbre se presentó como nunca antes en la cotidianidad, fue un gran reto. “¿Cómo hacerlo? ¿Será oportuno? ¿Le gustará a las personas?”, se preguntó una y otra vez esta creadora, aunque justo eso la enseñó a no dar por sentado nada.

Desde entonces, sortear los obstáculos para obtener la materia prima, y desarrollar a la par su carrera de medicina, han sido los desafíos que la han acompañado desde abril de 2021, cuando todo pudo ser no más que un hobby.

same context taught her not to take anything for granted.

Since starting out in April 2021, overcoming obstacles to obtain raw materials while simultaneously continuing her medical studies, have been the key challenges to making this more than a hobby.

To begin with, Nerea Bisutería didn't have a physical space for sales. With the lifting of the lockdown, several establishments offered to sell the products, which is the situation today. However, Lauren noted that the development of her brand came thanks to the use of social media for sales and communication with customers, who first demonstrated an interest in her products through WhatsApp and Instagram (@nerea_bisuteria21).

"The expectations grow every day in terms of expanding the accessory collections to satisfy the demands of our customers while keeping up with the latest trends," Lauren noted. She has many ideas and goals to make her venture grow, which represents a dream come true.

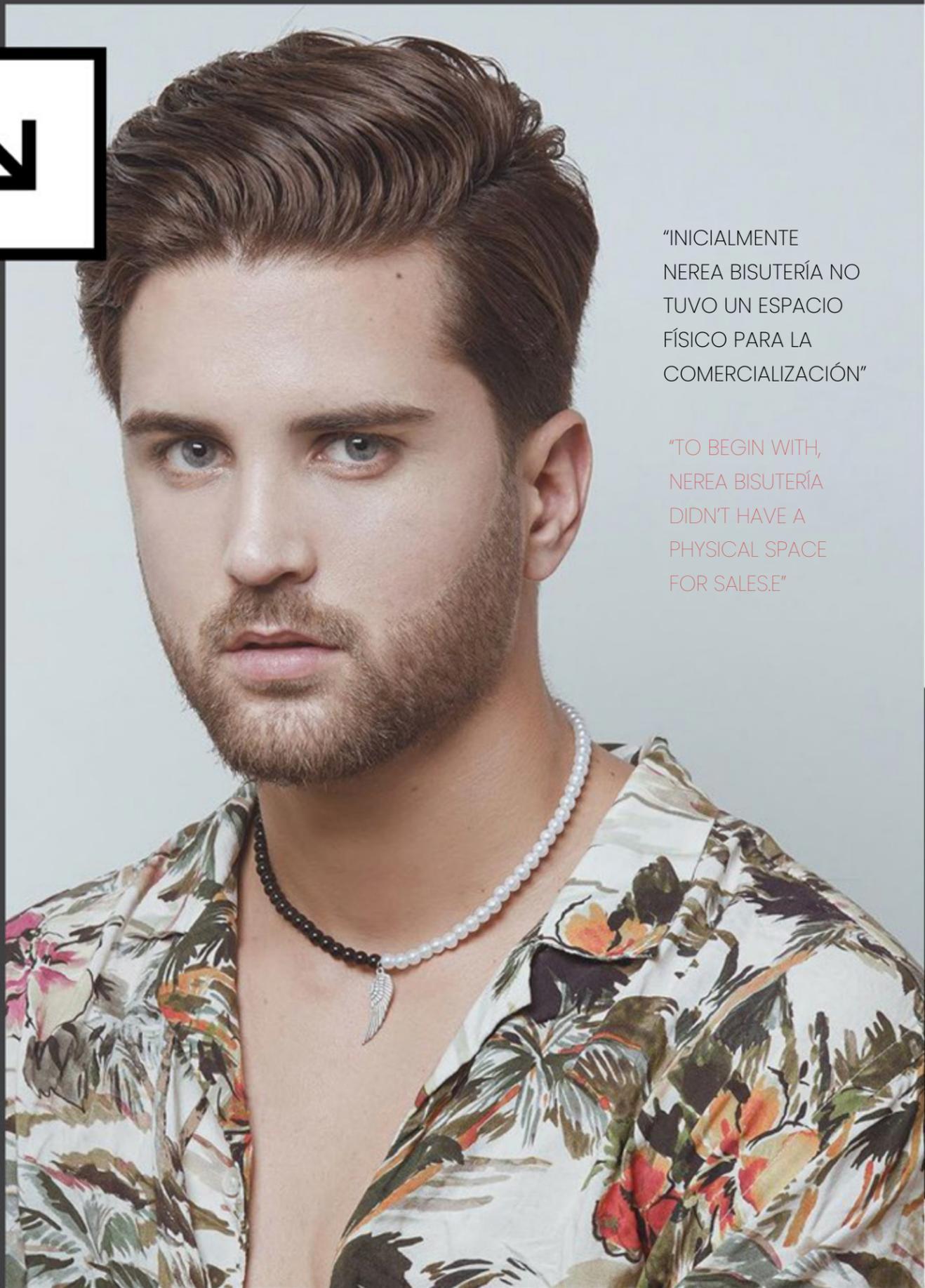
Inicialmente Nerea Bisutería no tuvo un espacio físico para la comercialización. Con el regreso a la presencialidad, varios sitios propusieron vender sus artículos, y así se ha mantenido hasta la actualidad. Sin embargo, confesó Moriña, para el desarrollo de la marca fue medular la utilización de las redes sociales en la comercialización y la comunicación con los clientes, quienes comenzaron a interesarse a través de Whatsapp e Instagram (@nerea_bisuteria21).

"Las expectativas cada día van creciendo en aras de ampliar las colecciones de bisutería y complacer a nuestros clientes llevando las tendencias de manera sutil en nuestros accesorios", dijo Laura, quien tiene grandes e ideas para crecer este emprendimiento, que representa muchas emociones manifestadas en un sueño.



"LAS EXPECTATIVAS CADA DÍA VAN CRECIENDO EN ARAS DE AMPLIAR LAS COLECCIONES DE BISUTERÍA Y COMPLACER A NUESTROS CLIENTES"

"THE EXPECTATIONS GROW EVERY DAY IN TERMS OF EXPANDING THE ACCESSORY COLLECTIONS TO SATISFY THE DEMANDS OF OUR CUSTOMERS"



"INICIALMENTE NEREA BISUTERÍA NO TUVO UN ESPACIO FÍSICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN"

"TO BEGIN WITH, NEREA BISUTERÍA DIDN'T HAVE A PHYSICAL SPACE FOR SALESE"

POR / BY: DANAY GALLETTI HERNÁNDEZ

"PROLIMPCUBA ES UN EMPRENDIMIENTO QUE SOBREVIVIÓ A LA PANDEMIA Y QUE SE DEDICA A LA LIMPIEZA PROFESIONAL DE ESPACIOS"

PROLIMP CUBA

UNO DE LOS
NEGOCIOS
GANADORES
EN TIEMPOS
DE PANDEMIA

ONE OF THE
WINNING
BUSINESSES
IN TIMES OF
PANDEMIC



ProLimpCuba, nombre alusivo a los vocablos profesional y limpieza, resulta un emprendimiento privado relacionado con la higiene y la desinfección y, por supuesto, uno de los negocios sobrevivientes durante el periodo de la pandemia de Covid-19 en la nación caribeña.

Pero, no solo el objeto social de la marca logró la permanencia por sí solo, los jóvenes liderados por su dueño Jorge Montano redoblaron los esfuerzos en el enfrentamiento a la crisis epidemiológica, desde el estudio detallado y la observación de empresas similares en otras partes del mundo.

El primer paso fue la creación de un Protocolo de Limpieza antiCovid-19, compartido de manera gratuita con casas de renta, restaurantes y personas naturales, referido a las técnicas y procesos más económicos dedicados a la desinfección y combinaciones químicas, para un proceso más efectivo y duradero.

"Participamos en la higienización de una Casa de abuelos en la Habana Vieja, sede de uno de los vacunatorios de

ENG *ProLimpCuba, a name alluding to the words professional and cleaning, is a private enterprise linked to hygiene and disinfection and, of course, one of the surviving businesses during the period of the COVID-19 pandemic in the Caribbean nation.*

But it wasn't the corporate purpose of the brand alone that secured its success. The young people led by owner Jorge Montano redoubled their efforts to face the epidemiological crisis, based on detailed study and observation of similar companies in other parts of the world.

The first step was the creation of an Anti-COVID-19 Cleaning Protocol, shared free of charge with vacation rentals, restaurants and individuals, including the most economical techniques and processes for disinfection and chemical combinations, for a more effective and lasting process.

"We participated in the sanitization of a care home in Old Havana, one of the vaccination centers using the Abdala shots, after which we became a solution to minimize risks associated with the pandemic," Montano explained.

The emergence of new variants of SARS-CoV-2 and the increase in risk perception also determined the growth of ProLimpCuba, especially within the diplomatic sector accredited to the country, thanks to the personalized service, perseverance and innovation.

Still in the Self-Employed Worker (TCP) mode and in the

"PROLIMPCUBA IS AN ENTERPRISE THAT SURVIVED THE PANDEMIC AND IS DEDICATED TO THE PROFESSIONAL CLEANING OF SPACES"



GREENBIZ



la formulación Abdala, tras lo cual nos convertimos en una solución para minimizar riesgos asociados a la pandemia”, reconoció Montano.

La emergencia de nuevas variantes del SARS-CoV-2 y el aumento de la percepción de riesgo determinó también el crecimiento de ProLimpCuba, especialmente dentro del sector diplomático acreditado en la mayor de las Antillas, gracias a nuestro trato personalizado, constancia e innovación.

Aún en la modalidad de Trabajador por Cuenta Propia (TCP) y en proceso de evaluación de las ventajas y socios para incorporarse a las Mipyme, el negocio oferta siete servicios de limpieza vinculados a muebles, alfombras, colchones, interiores de autos, cocinas, pisos y baños.

“Cuando terminamos nuestro trabajo, todo debe quedar en su justo lugar. Tenemos en cuenta, además, que nuestros implementos no afecten a mascotas, personas o el medio ambiente, por ello utilizamos productos que no contengan cloro, sean anti tóxicos y 100% biodegradables”, explicó.

Generalmente, explicó Montano, cuando son trabajos a gran escala, demandan una visita al inmueble para cotizar y dar un presupuesto, pues el contacto previo acontece desde la página en la red social Facebook o mediante el número de WhatsApp de la empresa.

“CUANDO TERMINAMOS NUESTRO TRABAJO, TODO DEBE QUEDAR EN SU JUSTO LUGAR”

process of evaluating the advantages and partners to become an MSME, the business offers seven cleaning services related to furniture, carpets, mattresses, car interiors, kitchens, floors and bathrooms.

“When we finish our work, everything must be in its right place. We also take into account that our implements do not affect pets,



GREENBIZ

El emprendimiento es pionero en la limpieza de mobiliario, hoy en día su servicio estrella, si bien la consolidación de su cartera de propuestas determinó numerosas publicaciones en las redes sociales referidas a la importancia de una higienización adecuada en hogares y centros de trabajo.

Asimismo, tienen como lema de cabecera “Mereces vivir el cambio” y exige una investigación constante de los mejores procedimientos en dependencia de las superficies a limpiar, los productos y modos de empleo; así como, el análisis de multiplicidad de soluciones con efectos positivos.

Surgido en abril de 2014, ProLimpCuba tiene en la comunicación una de sus herramientas imprescindibles: “no convencemos al cliente de contratar los servicios de la empresa, les explicamos las garantías de mantener su entorno libre de gérmenes y bacterias, y la diferencia entre salud y enfermedad”, argumentó.

“Nos recomendamos asiduamente y es algo que nunca dejaremos de agradecer. ‘Hola ProLimp, yo soy amiga/tia/vecina de la muchacha que le limpiaste los muebles’, es de los mensajes que se reciben de manera continua. Queda claro que el cliente quedó satisfecho y ese es nuestro gol, nuestro home run”, concluyó.

people or the environment, so we use products that do not contain chlorine, are non-toxic and 100% biodegradable,” Montano noted.

Generally, when facing a large-scale job, the team organizes a prior visit to the property to draw up a quote. The initial contact usually occurs from through the enterprise’s Facebook page, or through

“WHEN WE FINISH OUR WORK, EVERYTHING MUST BE IN ITS RIGHT PLACE”

the WhatsApp number of the company.

The venture is a pioneer in the cleaning of furniture, today its star service, although the consolidation of its portfolio of proposals has led to numerous publications on social networks referring to the importance of proper sanitation in homes and workplaces.

Likewise, their motto is “You deserve to experience the difference” and this requires constant research of the best procedures according to surfaces to be cleaned, the products and methods of use, as well as analysis of a multiplicity of solutions with positive effects.

Founded in April 2014, ProLimpCuba’s communication is one of its essential tools: “We do not convince the client to hire the company’s services, but we explain to them the guarantees of keeping their environment free of germs and bacteria, and the difference between health and disease,” Montano argued.

“Clients frequently recommend us to others, and that is something we will never stop thanking them for: ‘Hi ProLimp, I am a friend/aunt/neighbor of the girl whose furniture you cleaned,’ is one of the messages we receive continuously. There, it’s clear that the customer was satisfied and that is our goal, our home run,” he concluded.



ELECTRICIDAD AUTOMÁTICA

SISTEMAS FOTOVOLTAICOS

VEHÍCULOS ELÉCTRICOS



Ing. Guido Fernández Rosales

(53) 5289-2374

guido@elektrica.com

http://www.elektrica.com

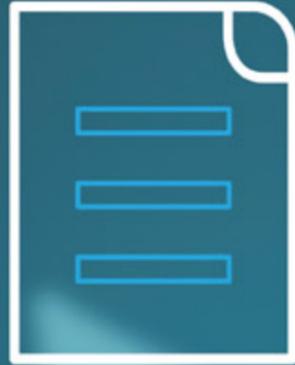


POR / BY: CLAUDIA YILÉN



EMPRENDIMIENTOS EN LA RED

ONLINE ENTREPRENEURSHIP



Tres tendencias para sobresalir en redes sociales este 2022



ENG

Since the pandemic began, digital life has been more active than physical life. We've experienced it from a personal level, and brands have seen it with the growth of their online communities.

"Social Trends 2022," the report published by Hootsuite in January of this year, cites a recent Squarespace survey, in which young people consider digital life more important and memorable than in-person life. Meanwhile, 67% of respondents in a joint survey by Facebook and New York University's Governance Lab indicated that the most important group they are a part of is online.

And where do we best create and manage communities if not on social networks? That's why we're dedicating the first 2022 Online Entrepreneurship post of the year to these three trends you should pay special attention to this year.

"COMPRENDER HACÍA DÓNDE SE ESTÁN MOVIENDO LOS USUARIOS, LA FORMA DE PRODUCIR Y OFRECER SERVICIOS, TE AYUDARÁ A CONSOLIDAR TU MARCA Y CREAR CONTENIDO DE VALOR EN REDES SOCIALES ESTE AÑO"

"UNDERSTANDING IN WHAT DIRECTION USERS ARE MOVING, AND HOW TO PRODUCE AND OFFER SERVICES WILL HELP YOU CONSOLIDATE YOUR BRAND AND CREATE VALUABLE CONTENT ON SOCIAL NETWORKS THIS YEAR"



Three trends to stand out on social media this 2022

“50 MILLONES DE PERSONAS EN TODO EL MUNDO SE CONSIDERAN CREADORES DE CONTENIDO”, Y SON PRECISAMENTE ELLAS Y ELLOS QUIENES HAN CAMBIADO LA FORMA EN LA QUE SE CONSUME EL CONTENIDO EN LAS REDES”

¿Y dónde creamos y gestionamos mejor las comunidades si no es en las redes sociales? Por eso, dedicaremos el primer post del 2022 de Em- prendimientos en la red a esas tres tendencias a las que debes prestar especial atención este año.

1 - Asociaciones con creadores de contenido:

De acuerdo con SignalFire, “50 millones de personas en todo el mundo se consideran crea- dores de contenido”, y son precisamente ellas y ellos quienes han cambiado la forma en la que se consume el contenido en las redes. Esto último, también les ha propiciado cierto nivel de influe- ncia en determinadas temáticas y mercados.

A nivel mundial muchas marcas, funda- mentalmente las nuevas, han aprovechado esta oportunidad. Asociarse con creadores de con- tenido contribuye al crecimiento orgánico de comunidades, en lugar de construirlas desde cero. Asimismo, ha posibilitado simplificar la creación de contenidos, crear afinidad y concien- cia de marca.

2 - Comercio en redes sociales:

A la altura del 2022 emplear el comercio elec- trónico ya no es noticia. Durante el confinamiento, se hizo cada vez más común que las personas com- praran online, y esta tendencia seguirá en aumento.

En este caso, las redes sociales han tomado protagonismo, convirtiéndose en la voz de las marcas. Además, se han consolidado como las principales plataformas para relacionarse con consumidores, venderles, ofrecerles servicios y nuevas experiencias de consumo.

Según reseña Hootsuite, “los compradores han utilizado las redes sociales para buscar, in- vestigar y evaluar las marcas que compran, lo que las convierte en el segundo canal más importante para la investigación de marcas online después de los motores de búsqueda”.

Muchas redes sociales como Facebook, Insta- gram y Pinterest han habilitado las opciones de

“50 MILLION PEOPLE AROUND THE WORLD CONSIDER THEMSELVES CREATORS,” AND IT IS PRECISELY THEY WHO HAVE CHANGED THE WAY IN WHICH CONTENT IS CONSUMED ON SOCIAL MEDIA.”



“LOS COMPRADORES HAN UTILIZADO LAS REDES SOCIALES PARA BUSCAR, INVESTIGAR Y EVALUAR LAS MARCAS QUE COMPRAN, LO QUE LAS CONVIERTE EN EL SEGUNDO CANAL MÁS IMPORTANTE PARA LA INVESTIGACIÓN DE MARCAS ONLINE”

“SHOPPERS HAVE USED SOCIAL NETWORKS TO SEARCH, RESEARCH AND EVALUATE THE BRANDS THEY BUY, MAKING THEM THE SECOND MOST IMPORTANT CHANNEL FOR ONLINE BRAND RESEARCH”



1 - Partnerships with content creators:

According to SignalFire, “50 million people around the world consider themselves creators,” and it is precisely they who have changed the way in which content is consumed on social media. This has also given them a certain level of influence on certain topics and markets.

Globally, many brands, especially new ones, have taken advantage of this opportunity. Partnering with content creators contributes to the organic growth of communities, rather than building them from scratch. It has also made it possible to simplify content creation, and create brand affinity and awareness.

2 - Commerce on social networks:

In 2022, employing e-commerce is no longer big news. During the lockdowns, it became increasingly common for people to buy online, and this trend will continue to grow.

In this case, social networks have taken center stage, becoming the voice of brands. In addition, they have established themselves as the main platforms for engaging with consumers, selling and offering services and new consumer experiences.

As noted by Hootsuite, shoppers have used social networks to search, research and evaluate the brands they buy, making

GERBET

te hace crecer

Quienes somos

Gerbet es la primera agencia de servicios digitales de Cuba, cuenta con una cartera de servicios especializada en desarrollo web, marketing digital y diseño gráfico.

Agencia de Servicios Digitales

- Desarrollo Web
- Comunicación y Marketing Digital
- Diseño Gráfico

www.gerbet.net

gerbet@gerbet.net / +53 53027371

Ofertas
Con decoraciones especiales para la fecha

Torta de Chocolate intenso cubierto con ganache



MONTEFREDDO



Trufas de chocolate bañadas en coco

Potes de helado con distintos sabores
1Ly 0.5L



ventas directamente desde estos espacios. Antes de lanzarte en ello si tu acceso a Internet te lo permite, trabaja en los canales de ventas que ya tienes creados. Asegúrate de actualizar tus perfiles, catálogos, descripciones de productos y evalúa, de acuerdo con las exigencias de tus clientes, si es necesario dar este próximo paso.

3 - Atención al cliente:

No es menos cierto que ofertar y/o recibir un servicio a través de redes sociales puede ser inmediato, cómodo, personalizado y eficaz.

La tendencia a atender pedidos, consultas y dudas sigue en crecimiento este 2022. De ahí que prestes especial atención a este asunto que no solo atraerá personas a tu nicho de mercado, sino también creará conciencia de marca e impulsará nuevas compras.

Puedes delegar esta actividad a personal cualificado para ello, auxíliate de especialistas de marketing en redes sociales y community managers, será necesario que definas tus líneas de comunicación para cada canal.

them “the second most important channel for online brand research after search engines.”

Many social networks such as Facebook, Instagram and Pinterest have enabled sales options directly from these spaces. Before jumping into this if your internet access allows, work on the sales channels you already have in place. Be sure to update your profiles, catalogs, product descriptions and evaluate, according to the demands of your customers, if it is necessary to take this next step.

3 - Customer service:

It is no less true that offering and/or receiving a service through social networks can be immediate, convenient, personalized and effective.

The trend of attending to orders, queries and doubts continues to grow in 2022. Therefore, pay special attention to this issue, which will not only attract people to your niche market, but also create brand awareness and drive new purchases.

You can delegate this activity to qualified personnel for this purpose, using the help of social media marketing specialists and community managers. It will be necessary to define your lines of communication for each channel.

“DE AHÍ QUE PRESTES ESPECIAL ATENCIÓN A ESTE ASUNTO QUE NO SOLO ATRAERÁ PERSONAS A TU NICHOS DE MERCADO, SINO TAMBIÉN CREARÁ CONCIENCIA DE MARCA E IMPULSARÁ NUEVAS COMPRAS.”

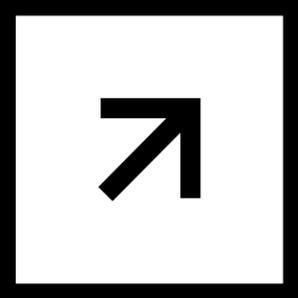
“THEREFORE, PAY SPECIAL ATTENTION TO THIS ISSUE, WHICH WILL NOT ONLY ATTRACT PEOPLE TO YOUR NICHE MARKET, BUT ALSO CREATE BRAND AWARENESS AND DRIVE NEW PURCHASES”



“CUBELA’S LAUNDRY: LIMPIAR EL ALMA”



“Cleaning
the soul”



PDR / BY: KARLA PAZ JOA

“La ropa sucia se debe lavar en casa, el día está bueno para lavar, un día eres joven y al otro aprovechas el fin de semana para lavar”. Sin duda todos, alguna vez, hemos escuchado estas frases, porque lavar puede parecer tarea “pesada” pero, ¿qué fuera de los hospitales o residencias para personas mayores, sin estos servicios?

“Donamos batas y sábanas al hogar materno de Plaza porque entendemos que el número de artículos logísticos en estos lugares tiene que ser directamente proporcional al incremento de embarazos en estos últimos años. Asimismo, realizamos estos servicios en el hogar de niños sin amparo familiar de Playa y tenemos planificado hacer planes de descuento a ancianos para aumentar su calidad de vida; nos da mucha paz, saber que podemos contribuir, al menos con este pedacito”, asegura Dalieny Ortega Cubela.

Hacia 2017 en Cuba se registraban pocas, o casi ninguna actividad comercial por cuenta propia con este fin. Esta fue una de las principales motivaciones de Cubela’s Laundry que, en noviembre de ese mismo año, se habría espacio en un local estatal arrendado, como continuación de la Lavandería Chantres.

Dalieny Ortega Cubela, su principal fundadora, coordinadora y ahora presidenta de la MYPIME Cubela’s S.U.R.L, nos cuenta que no fue hasta 2020 y tras sortear varios obstáculos que Cubela’s se convirtió en un Proyecto de Desarrollo Local.

Para entonces los clientes demandaban más servicios que lo que se habían concebido inicialmente; es por ello que hoy pueden ofrecer una amplia gama de servicios que van desde la limpieza profesional integral y la lavandería, hasta el alquiler de sábanas y mantelería.

Con sede en el capitalino municipio de Plaza de la Revolución, en Calzada entre Paseo y 2, específicamente, y con la idea de potenciar el servicio, este emprendimiento no pretendía ser una lavandería

“EL PROYECTO DE DESARROLLO LOCAL FLORA: LA ANTIGUA BOTICA DE LA ABUELA, EDUCA Y AYUDA A LAS PERSONAS A USAR LA MEDICINA NATURAL PARA ALIVIA AFECIONES”

“LOCAL DEVELOPMENT PROJECT FLORA: LA ANTIGUA BOTICA DE LA ABUELA EDUCATES AND HELPS PEOPLE TO USE NATURAL MEDICINE TO ALLEVIATE THEIR AILMENTS”

ENG

“Dirty clothes should be washed at home. It’s a good day to do the washing. One day you’re young, the next you take advantage of the weekend to do the washing.” We have all undoubtedly heard one of these phrases before. Doing the washing can seem like a real chore but what would become of hospitals and care homes for the elderly without such services?

“We donated gowns and sheets to the Plaza maternity home because we understand that the amount of logistic items in these sites needs to be directly proportional to the increase in births in recent years. We also offered the same services in an orphanage in Playa and we plan to offer discounts to older persons in order to improve their quality of life. It gives us peace of mind to know that we can make a contribution, at least with these small initiatives,” Dalieny Ortega Cubela explains.

In 2017, Cuba had very few ventures in the self-employed sector dedicated to this service. This was one of the main motivations for the creation of Cubela’s Laundry, which started out in November of the same year in a rented state-owned space, as a continuation of the Lavandería Chantres business.

Dalieny Ortega Cubela, founder, coordinator and now president of the Cubela’s S.U.R.L MSME, explains that it wasn’t until 2020 and after overcoming several obstacles, that Cubela’s became a Local Development Project.

At that time, its clients were demanding more services than were initially conceived, which is why today the business has expanded to offer a wide range of ser-

“LA ROPA SUCIA SE DEBE LAVAR EN CASA, EL DÍA ESTÁ BUENO PARA LAVAR, UN DÍA ERES JOVEN Y AL OTRO APROVECHAS EL FIN DE SEMANA PARA LAVAR”

“DIRTY CLOTHES SHOULD BE WASHED AT HOME. IT’S A GOOD DAY TO DO THE WASHING. ONE DAY YOU’RE YOUNG, THE NEXT YOU TAKE ADVANTAGE OF THE WEEKEND TO DO THE WASHING”

INSPIRES
& MAKES IT
HAPPEN



común, sino también amigable con el medio ambiente.

Con el fin de ahorrar agua y energía eléctrica, participa en el proceso de contratación de paneles solares y gestiona un proyecto de reutilización de las aguas en la limpieza de calles y parques. Se asocia con la Academia de Ciencias para lograr un producto cubano que pueda emplear en las labores de limpieza y que a la vez, beneficie al medio ambiente.

De igual modo, tienen contrato con la Escuela Taller (donde único se da este servicio en la Habana) para fomentar el aprendizaje y la puesta en práctica de estas actividades con los jóvenes que optan por la materia.

“El periodo de pandemia fue el espacio para intentar lograr los objetivos que en algún momento se habían visto frenados, para aumentar nuestro objeto social. Siempre hay que encontrar lo bueno dentro de lo malo; tuvimos que reinventarnos y aprovechar nuestro potencial y solo ahí, nos dimos cuenta de cuánto éramos capaces de hacer”, agrega Dalieny.

Si bien la cuarentena postergó algunos proyectos de sensibilización, como el trabajo en el Hogar de Ancianos, significó también una consolidación de lo que se ha logrado.

“Y nos falta mucho aún, ojalá pudiéramos generar una cultura de limpieza, que la gente entienda que es una actividad que puede realizar otra persona por ti, en aras de optimizar el tiempo y aprovecharlo en familia, por ejemplo”.

Poder perfeccionar los aportes sociales y seguir creciendo como empresa, son algunos de los pendientes de Cubela’s.

vices from comprehensive professional cleaning and laundry, to linen rentals.

Located in the Havana municipality of Plaza de la Revolución, on Calzada Street between Paseo Avenue and 2nd Street, this venture is more than an ordinary laundrette, offering environmentally friendly services.

In order to reduce the use of water and electricity, the enterprise is in the process of contracting solar panels and managing a project to reuse water to clean streets and parks. The team has also linked up with the Academy of Sciences to produce a 100% Cuban product that can be used to clean and also benefit the environment.

Cubela’s also has a contract with the Escuela Taller (Workshop School – the only place where this service is offered) to promote learning and the putting into practice of these activities for young people interested in the field.

“The pandemic offered a space to attempt to achieve goals that at one point were put on hold, in order to expand our corporate purpose. You always have to seek out the good from the bad. We had to reinvent ourselves and take advantage of our potential and it was only then that we realized just how much we were capable of doing,” Dalieny adds.

While lockdown postponed some projects, like that concerning old peoples’ homes, it also resulted in the consolidation of what had been achieved.

“We still have a long way to go. Hopefully we can generate a culture of cleaning, for people to understand that it is an activity that someone else can do for you, in order to save you time so you can spend more of it with your family, for example.”

Cubela’s is now focused on perfecting its contribution to society and continuing to grow as an enterprise.

MASAJES / REIKI / RADIESTECIA / MEDITACIÓN / FACIAL / MICRODERMOABRASIÓN



@negolution
negolution
@negolution

LÍNEA 63 E/ M Y N, PISO 2, APTO 21 VEDADO
7 832 06 69 | 5 294 27 06 | 5 264 40 98

DMARIE.BIENESTAR@GMAIL.COM
FB: DMARIE CENTRO HOLÍSTICO DE BIENESTAR

Muchos analistas coinciden en que la economía cubana tocó fondo en 2021, y continuó contrayéndose durante el primer semestre del año, cuando el PIB experimentó una caída del 16,2%:

- **Exportaciones -31,0**
- **Importaciones -40,0**
- **Turismo (visitantes, enero-septiembre) -87,4**
- **Turismo (ingresos, enero-junio) -73,0**

Un panorama bien complejo, pero que abrió paso a la creación de nuevos actores económicos, y al perfeccionamiento de otras figuras ya reconocidas dentro del Trabajo por Cuenta Propia (TCP) en la Isla.

El comercio exterior también mantuvo su contracción en 2021, lo que representa uno de los mayores desafíos para la recuperación económica.

La aprobación el pasado año de una norma jurídica que posibilitó de manera ordenada y segura la constitución y funcionamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) en Cuba, ha permitido el resurgimiento de nuevos actores dotados de seguridad jurídica, así como de un estatus jurídico propio, que le posibilita ser sujeto de derechos y obligaciones. Un hecho que representa cambios importantes en el escenario económico de Cuba, y supone retos y actualizaciones de otras leyes y regulaciones vigentes. Sobre todo, en temas de comercio exterior.

Según un informe del Centro de Estudios de la Economía Cubana de la Universidad de La Habana hasta agosto de 2021, el sector no estatal daba cuenta de exportaciones en el orden de los 15 millones de dólares e importaciones de 80 millones de dólares. Operaciones modestas y que tuvieron lugar a través de empresas estatales exclusivamente.

Para el economista Oscar Fernández, aunque la mediación de la

POR / BY: LISANDRA ANDRÉS

EMPRENDIMIENTO Y COMERCIO EXTERIOR EN CUBA:

¿UTOPIA O REALIDAD?

ENTREPRENEURSHIP AND FOREIGN TRADE IN CUBA: UTOPIA OR REALITY?

ENG

Many analysts agree that the Cuban economy hit rock bottom in 2021, and continued contracting in the first half of the year, when GDP fell by 16.2%:

- **Exports -31.0**
- **Imports -40.0**
- **Tourism (visitors, January-September) -87.4**
- **Tourism (revenue, January-June) -73.0**

This complex scenario opened the doors to the creation of new economic actors and the perfecting of other figures already recognized under the Self-Employed Workers (TCP) category.

Foreign trade also continued to contract in 2021, which represents one of the biggest challenges for economic recovery.

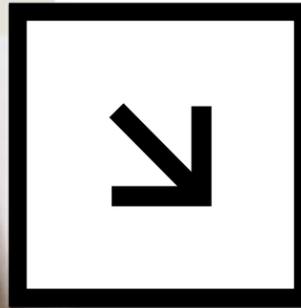
The approval last year of a legal framework that allowed for the organized constitution and functioning of Micro, Small and Medium-Sized En-



Gabi & Sofi®

ORIGINAL DE VARADERO





LO QUE DEBERÍA PASAR ES QUE LA EMPRESA ESTATAL NO SEA UN REQUISITO, QUE LA EMPRESA SIGA AHÍ, QUE COMPITA, SE GANE SU ESPACIO, QUE LO HAGA BIEN



ARTPRINT
IMPRIME TUS IDEAS

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

(53) 7 203 81 23

artprintcu@gmail.com

INBEST

terprises (MSMEs) in Cuba has allowed for a resurgence of new actors with legal security, as well as their own legal status, meaning they are subject to obligations while enjoying rights. This is an important change in the Cuban economy and poses challenges, as well as requiring the updating of other laws and regulations currently in force. Especially as regards foreign trade.

According to a report by the University of Havana's Center for the Study of the Cuban Economy, up until August 2021, the private sector represented exports worth approximately \$15 million dollars, and imports worth \$80 million. These modest operations were carried out solely through state-run enterprises.

According to economist Oscar Fernández, while the state role as a mediator can be beneficial to those enterprises assuming imports and exports for the first time, it can also represent an obstacle.

"The state enterprise shouldn't be a requirement, but rather it should exist and com-

"THE STATE ENTERPRISE SHOULDN'T BE A REQUIREMENT, BUT RATHER IT SHOULD EXIST AND COMPETE, TO EARN ITS SPACE AMONG OTHERS, BY FUNCTIONING WELL."



Oddara en lengua Yoruba significa: todo está bien, tierra fértil o paraíso.

Café Oddara es una experiencia gastronómica que aboga por una alimentación sana, cocina sustentable y la economía circular y solidaria.

Nuestro menú se elabora mezclando la sabiduría y los sabores de la comunidad de Los Pocitos, aderezado por el ingrediente fundamental: "amor", para que todo esté Oddara.

Contactos:

+53 5265 8686

@caféoddara

@oddara.sustentable

tido en una deuda pendiente. La entrada de divisas, con todo su efecto multiplicador, es vital para el crecimiento y desarrollo, consideran los expertos. El comercio exterior ha transitado a una exportación de servicios y a un estancamiento, e incluso retroceso, en las exportaciones tradicionales de bienes, y solo los productos biotecnológicos han mostrado cierto crecimiento. En el sector privado, comienzan a darse pequeños pasos.

“Hay emprendimientos que han logrado exportaciones de productos y servicios, hay exportaciones de software, de productos de la agricultura; pero es muy pronto para hablar de Mipymes exportadoras, pues aun este proceso es muy reciente en el país; pero sí, muchas de ellas lograron exportar en el 2021 como Trabajadores por Cuenta Propia”, comenta Oscar.

“Tampoco conozco de ninguna empresa privada que oficialmente haya recibido inversión extranjera, en primer lugar, porque no se puede ser socio de una Mipyme si eres ciudadano extranjero. Ahora, la Ley sí permite que se puedan constituir empresas mixtas entre una empresa privada cubana y una extranjera. No conozco aún ningún caso, aunque hay muchas personas que están estudiando

“ES MUY PRONTO PARA HABLAR DE MIPYMES EXPORTADORAS, PUES AUN ESTE PROCESO ES MUY RECIENTE EN EL PAÍS; PERO SÍ, MUCHAS DE ELLAS LOGRARON EXPORTAR EN EL 2021 COMO TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA”

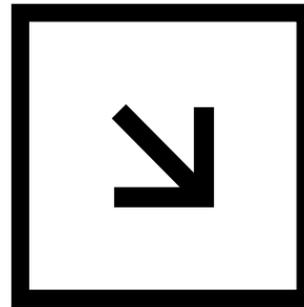
pete, to earn its space among others, by functioning well. The solution is to allow other actors to participate in this foreign trade dynamic,” he argues.

“If you ask me, what impacted the most on the private sector in 2021 wasn't foreign investment or export possibilities. Actually, what most impacted were the possibilities to import in a scenario where most of these businesses had just been created and needed to acquire capital goods and supplies which, in the midst of such a complicated crisis in terms of supply, made importation the means to acquire raw materials, packaging, and everything that at one time was available in the domestic market but isn't today.”

On the other hand, exports have been a historical necessity for the country, and remain a pending task. According to experts, hard currency income, with its multiplier effect, is vital to growth and development. Cuba's foreign trade has moved to the export of services and to the stagnation and even drop in exports of traditional goods. Growth has only been seen in terms of exports of biotechnological products. Meanwhile, in the private sector, small steps are being taken.

“There are enterprises that have achieved exports of products and services. There are exports of software, of

“IT IS TOO EARLY TO SPEAK OF MSME EXPORTERS, AS THIS IS STILL A NEW PROCESS IN THE COUNTRY. HOWEVER, MANY OF THESE VENTURES MANAGED TO EXPORT IN 2021 AS SELF-EMPLOYED WORKERS”



YOUR BUSINESS MAGAZINE IN CUBA

www.negolution.com

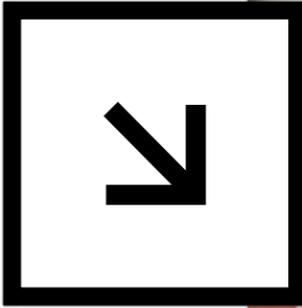
la posibilidad de hacerlo. Pero en 2022 sí estoy seguro que se van a presentar proyectos mixtos conformados por empresas privadas en Cuba y empresas extranjeras”.

El trabajo por cuenta propia sumaba más de 600 000 personas naturales al cierre de 2019, según datos de la Oficina Nacional de Estadística e Información. Una parte importante de estos gestionan sus negocios como empresas, aunque no han sido reconocidos jurídicamente como tales. Además, existen más de 300 cooperativas no agropecuarias. Si bien no todos estarán interesados en exportar o no tengan las condiciones para ello, no es menos cierto que hay un potencial con perspectiva exportadora entre los emprendedores cubanos.

agricultural products; but it is too early to speak of MSME exporters, as this is still a new process in the country. However, many of these ventures managed to export in 2021 as Self-Employed Workers,” Oscar notes.

“I don’t know of any private enterprise that has officially received foreign investment. Firstly, because foreign citizens cannot be partners in an MSME. The law does allow for joint enterprises between a private Cuban and a foreign company. I don’t know of any examples yet, but many people are studying the possibility. I am sure that 2022 will see the launch of projects formed by private Cuban enterprises and foreign companies.”

The self-employed sector represented over 600,000 individuals at the close of 2019, according to figures from the National Statistics Office. A significant number of these manage their businesses like companies, even if they haven’t been legally recognized as such. There are also more than 300 non-agricultural cooperatives. While not all are interested or capable of exporting, there is potential for exports among Cuban entrepreneurs.



INSPIRES
& MAKES IT
HAPPEN

CONSULTORÍA DE NEGOCIOS

@negolution
negolution
@negolution

negolution



Two
Hearts
that beat
as one

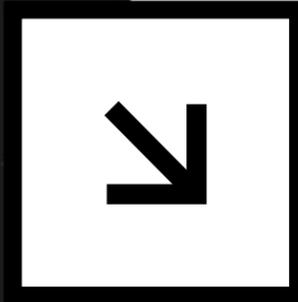


BRINDAMOS
ASESORAMIENTO
A EMPRENDEDORES
PARA HACER REALIDAD
SUS SUEÑOS

+53 5 249 5295
negolution@gmail.com

NET- WORKING

negolution



Cuba se abrió al sector privado y Granma, provincia ubicada al oriente de la

Isla, también se sumó al reto de esta nueva experiencia.

Al cierre del año, la cantidad de nuevos actores económicos en el país ascendía a 1 286 entre cooperativas no agropecuarias y micro, pequeñas y medianas empresas (Mypime). Desde los primeros días de 2022 se han sumado otros.

Pero el hecho de que la provincia de Granma (10%) -después de La Habana (40%) - cuenta con el mayor número de micro, pequeñas y medianas empresas aprobadas, y localizadas en todos sus municipios, ha provocado partir de la sorpresa del dato, a verlo como intrigante y asombroso.

135 suman estos nuevos actores económicos en Granma,

THE CREATION OF MSMES IN GRANMA: WITH THE WIND IN THEIR SAILS

LA CREACIÓN DE MIPYMES EN GRANMA

CON EL VIENTO A FAVOR

POR / BY: IRIS HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

ENG Cuba opened up to the private sector and Granma, a province located in the east of the island, also joined the challenge of this new experience.

At the end of the year, the number of new economic actors in the country amounted to 1,286, including non-agricultural cooperatives and micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs). From the first days of 2022 others have joined them.

But the fact that the province of Granma (10%) has the largest number of approved micro, small and medium-sized enterprises after Havana (40%), which are located in all its municipalities, has sparked surprise, with those analyzing the data noting it is both intriguing and astonishing.

There are now 135 of these new economic actors in Granma, among which a large number are linked to construction services, restaurants and others. Among them, Llama D'Monte stands out as an example, a venture dedicated to charcoal that has already become an exporter.

Some 800 kilometers east of the country's capital, the territory does not stand out, for example, for its development or for having a growing number of self-employed workers in recent decades, a sector from which the new actors of the economy have emerged, to a large extent.

However, the president of the National Association of Economists and Accountants (ANEC) in Granma, Carlos Alberto Sánchez, does not see the figures for the province as "a sheer accident." He assures that they are the result of a process in which authorities of the government, the Party, the University of Granma and ANEC itself took part. Its representatives toured each of the municipalities to contact and talk with workers in the non-state sector and others with similar potential.

The professor of Economics at the university assures that the idea was aimed at explaining the advantages and possibilities of taking advantage

+ organización de encuentros y eventos con

emprendedores cubanos

negolution@gmail.com

(+53) 5 249 52 95

entre los cuales, una amplia cantidad está vinculada a servicios de la construcción, restaurantes y otros. Entre ellos, destaca por ejemplo, Llama D'Monte, una entidad dedicada al carbón que ya se convirtió en exportadora.

A unos 800 kilómetros al este de la capital del país, el territorio no sobresale, por ejemplo, por su desarrollo o por tener en las últimas décadas una cifra creciente de trabajadores por cuenta propia, un sector de donde han emergido, en gran medida, los nuevos actores de la economía.

Sin embargo, el presidente de la Asociación Nacional de Economistas y Contadores (ANEC) en ese territorio, Carlos Alberto Sánchez, no ve en las cifras granmenses "una casualidad". Asegura que son resultado de un

of this modality, and it worked. In addition to this, he says, there is a space available at the ANEC headquarters, where potential entrepreneurs receive advice on the process and help with the documentation.

Jorge Luis Barberán, a self-employed worker and owner of La Cuchipapa, one of the most popular restaurants in Bayamo, is skeptical on this issue: "I am seeing that creating a MSME generates a similar enthusiasm as when the Self-Employment (TCP) modality emerged, to which many signed up without being clear about where they would

"CON LOS NUEVOS ACTORES EN EL ESCENARIO ECONÓMICO CUBANO, LA CANTIDAD APROBADA EN LA PROVINCIA GRANMA ES UNA SORPRESA"

"THE NUMBER OF NEW ECONOMIC ACTORS AUTHORIZED TO OPERATE IN THE CUBAN PROVINCE OF GRANMA COMES AS A SURPRISE"

am
AGUA DE MARZO
ACCESORIOS



+53 5 936 0472

 aguademarzocuba

 aguademarzocuba

SÉ UN Negociario

ESTADIA DE HACER NEGOCIOS

negolution

www.negolution.com

@negolution
negolution
negolution

COLECCIÓN ALICIA

HILOS DE VICKY Y BRAVA DESIGNS

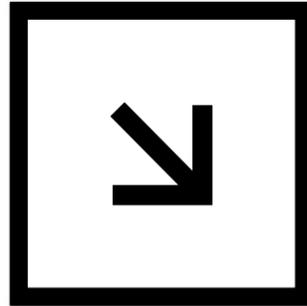
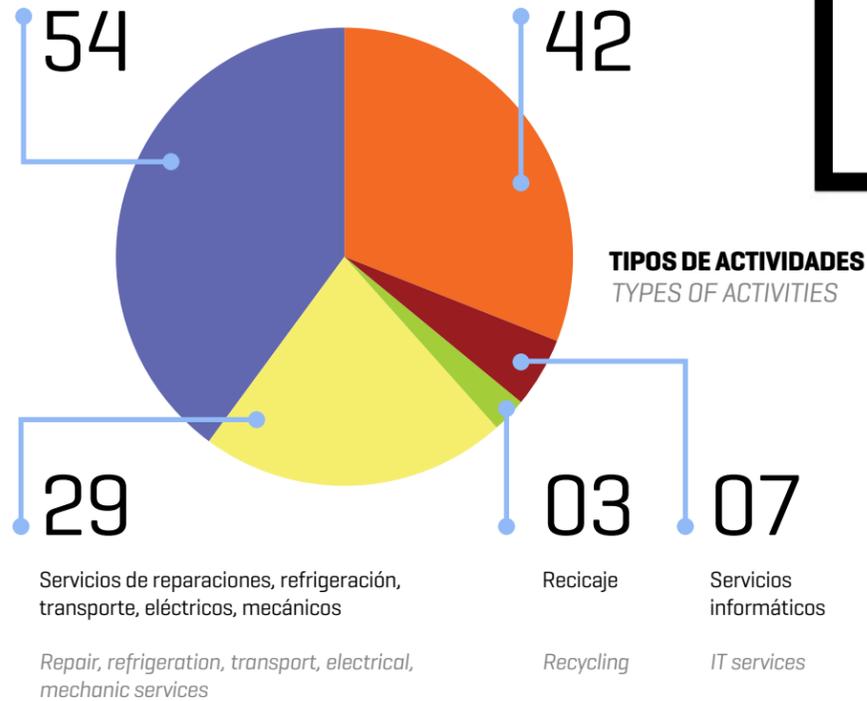


Producción manufacturera, materiales de construcción, plástico, pienso, muebles, carbón, cerámica

Manufacturing production, construction materials, plastic, feed, furniture, charcoal, ceramics

Producción y/o comercialización de alimentos

Food production and/or sales



“ESTOY VIENDO QUE CREAR UNA MIPYME GENERA UN ENTUSIASMO SIMILAR AL DE CUANDO

SURGIÓ EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA, AL QUE MUCHOS SE SUMARON SIN TENER CLARO DÓNDE OBTENDRÍAN LAS MATERIAS PRIMAS, O PENSANDO QUE EL ESTADO PODRÍA PROVEERLOS”

proceso en el que intervinieron las autoridades del Gobierno, el Partido, la Universidad y la propia ANEC. Sus representantes recorrieron cada uno de los municipios para contactar y conversar con los trabajadores del sector no estatal y otros con similares potencialidades.

El profesor de Economía de la institución docente asegura que la idea tuvo como fin explicar las ventajas y posibilidades de acogerse a esta modalidad, y ¡prendió!, recalca. A esto se suma, comenta, el espacio con el que cuentan en la sede de la ANEC, donde posibles emprendedores reciben asesoramientos en el proceso y ayuda con la documentación.

Jorge Luis Barberán, cuentapropista propietario de La Cuchipapa, uno de los restaurantes más populares de Bayamo, es escéptico en este asunto: “Estoy viendo que crear una Mipyme genera un entusiasmo similar al de cuando surgió el Trabajo

LA COLUMNA THE COLUMN

get their raw materials or thinking that the State could provide them.” However, he recognizes that the process is beneficial and that the country needs companies with autonomy.

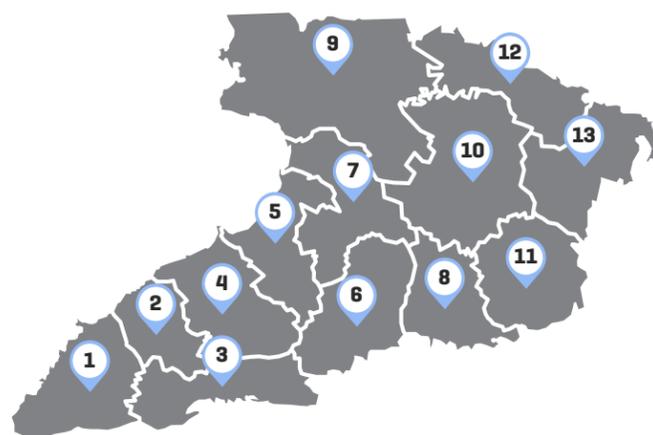
Professor Sánchez suspects that some of the private companies that have been created will not be able to “walk the walk,” and stresses the idea that in these cases there has been a lack of consultation and detailed information; as some aspire to have the local government supply them with raw materials or allocate them premises.

The number of micro, small and medium-sized enterprises in Granma also has other nuances. Government authorities recognize that most of them are reconverted businesses, mainly TCP ventures,

“AM SEEING THAT CREATING A MSME GENERATES A SIMILAR ENTHUSIASM AS WHEN THE SELF-EMPLOYMENT (TCP) MODALITY EMERGED, TO WHICH MANY SIGNED UP WITHOUT BEING CLEAR ABOUT WHERE THEY WOULD GET THEIR RAW MATERIALS OR THINKING THAT THE STATE COULD PROVIDE THEM.”



- 1 Niquero - 6
- 2 Media Luna - 1
- 3 Campechuela - 4
- 4 Pilón - 5
- 5 Manzanillo - 16
- 6 Bartolomé Masó - 8
- 7 Yara - 4
- 8 Buey Arriba - 3
- 9 Río Cauto - 3
- 10 Bayamo - 63
- 11 Guisa - 5
- 12 Cauto Cristo - 1
- 13 Jiguaní - 16



Half of your heart is in Havana?



Regala un momento especial en este San Valentín aunque no estés en La Habana.



Reserva tu pedido ¡HOY!



por Cuenta Propia (TCP), al que muchos se sumaron sin tener claro dónde obtendrían las materias primas, o pensando que el Estado podría proveerlos”. No obstante, reconoce que el proceso es beneficioso y que el país necesita empresas con autonomía.

El profesor Sánchez sospecha que algunas de las empresas privadas que han nacido no podrán “caminar”, y subraya la idea de que en estos casos ha faltado la consulta y la información detallada; pues algunos aspiran a que el Gobierno les suministre materias primas o les asigne locales.

La cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas en Granma tiene también otros matices., principalmente TCP, buscando con ello la tan anhelada personalidad jurídica, que lleva aparejada muchas ventajas para su progreso.

Publicaciones locales resaltan que una cifra significativa de socios de las Mipymes son jóvenes. Particularmente en Manzanillo, un territorio que se nutre de la migración interna y que tiene como principal fuente de empleo disponible la agricultura, muchas personas han sabido identificar las potencialidades de su entorno en esta disposición, y han visto el camino para su desarrollo.

En las circunstancias actuales, en las que no hay otra alternativa que crear para poder resolver necesidades propias y colectivas, las personas buscan, ineludiblemente, abrirse nuevos espacios. Los actores económicos -entusiasmados o prácticos- reconocen en su entorno las posibilidades para crecer, y se han dispues-

to aprovecharlas. Más que un deseo impetuoso, es una necesidad tanto para el territorio, como para la evolución económica personal.

seeking the long-awaited legal capacity which brings with it many advantages for their progress.

Local publications highlight that a significant number of MSME partners are young people. Particularly in Manzanillo, a territory that thrives on internal migration and whose main source of available employment is agriculture. Many people here have been able to identify the potential of their environment in this regard and have identified the way for their development.

In the current circumstances, in which there is no alternative but to create in order to solve their own and collective needs, people inevitably seek to open up new spaces. These new economic actors – enthusiastic or practical – recognize in their environment the possibilities for growth and are ready to take advantage of them. More than an impetuous desire, this is a necessity both for the territory and for personal economic evolution.

“LA CANTIDAD DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN GRANMA TIENE TAMBIÉN OTROS MaticES”

“THE NUMBER OF MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN GRANMA ALSO HAS OTHER NUANCES”

“LOS ACTORES ECONÓMICOS -ENTUSIASMADOS O PRÁCTICOS- RECONOCEN EN SU ENTORNO LAS POSIBILIDADES PARA CRECER, Y SE HAN DISPUESTO APROVECHARLAS”

“THESE NEW ECONOMIC ACTORS – ENTHUSIASTIC OR PRACTICAL – RECOGNIZE IN THEIR ENVIRONMENT THE POSSIBILITIES FOR GROWTH AND ARE READY TO TAKE ADVANTAGE OF THEM”



VIVA LA
NEGOLUTION



01

NO DEPENDAS DE LA CREATIVIDAD

DON'T DEPEND ON CREATIVITY

La creatividad es una gran virtud, pero los grandes vendedores, generalmente, dependen poco de ella. Se es mucho más efectivo cuando se tiene todo planeado: las posibles preguntas de los clientes, las objeciones, las características del producto o del servicio. Si quieres vender más, debes apostar por una buena planificación para improvisaciones desafortunadas o situaciones difíciles de manejar.

Creativity is a great virtue, but great salespeople generally rely on it very little. You are much more effective when you have everything planned out: possible customer questions, objections, product or service features. If you want to sell more, you must rely on good planning for unfortunate improvisations or situations that are difficult to handle.

02

NO HABLES DEMASIADO

DON'T TALK TOO MUCH

Convierte el proceso de compra en una interacción amena, no estés todo el rato exponiendo un trabajo de la escuela. Haz que tu cliente participe, preocúpate por saber qué piensa y cómo puedes ayudarlo. Los procesos con mayor interacción tienen muchas más posibilidades de ser exitosos.

Turn the sales process into a pleasant interaction, don't spend all your time explaining things as if in a school presentation. Involve your customer; show interest in what he/she thinks and think about how you can help. Sales processes involving greater interaction are much more likely to be successful.

03

NADA ENTRE LAS OBJECIONES

SEEK WAYS AROUND ANY OBJECTIONS

¿Y cuál usted creería que sería el precio justo? ¿Por qué no lo prueba? Si encontramos la manera de solucionar (objeción/problema), ¿Querría firmar el contrato con nosotros? Preguntarle a los clientes nos ayuda tanto a solucionar un posible problema como a acelerar el proceso de compra.

And what do you think would be a fair price? Why don't you try it? If we find a way to solve (objection/problem), would you want to sign the contract with us? Asking customers helps us both solve a potential problem and speed up the sales process.

•••••

FOUR TIPS TO BE A BETTER SALESPERSON

•••••

CONSEJOS PARA SER UN MEJOR VENDEDOR

04

UN BUEN CIERRE
CLOSE THE SALE WELL

El momento cúspide del proceso de venta es ese, en el que el cliente saca un bolígrafo y firma el contrato o saca su cartera y nos paga. Es imprescindible trabajar en la habilidad de cierre. frases como: "Entonces perfecto: puede firmar ahora mismo" o "Creo que será una excelente compra, pase por acá y terminamos" suelen funcionar porque son directas y hacen que el cliente asocie la venta con una idea de "avanzar".

The pinnacle of the sales process is the moment when the customer pulls out a pen and signs the contract or pulls out a wallet and pays us. It is essential to work on sales closing skills. Phrases like: "Perfect: you can sign right now," or "I think it will be an excellent purchase, stop by and we'll close the deal," usually work because they are direct and make the customer associate the sale with an idea of "moving forward."



negolution

fotografía STYLING / INTERIORES / EVENTOS

PAQUETE
1
X10 FOTOS
\$1600

PAQUETE
2
X20 FOTOS
\$2000

PAQUETE
3
X40 FOTOS
\$3600

PAQUETE
4
X80 FOTOS
\$7500

Las imágenes se entregan editadas



CONTÁCTENOS:
5 268 4630 / 5 4214112

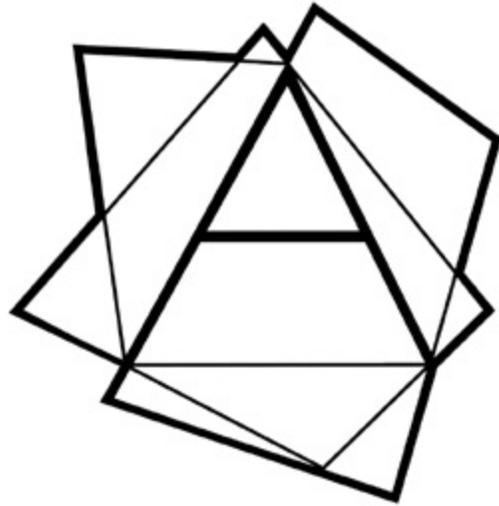
mandao



¡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

