



Куба: новейшая предпринимательская экономика мира

Куба

ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | March 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СТРАНЫ

Куба: новейшая предпринимательская экономика мира

На Кубе 9 660 частных предприятий, бренд одежды с магазином в Нью-Йорке и целое поколение основателей, которые создали всё, чем владеют, в условиях тяжелейшего экономического кризиса Западного полушария с 2019 года — при 20-часовых отключениях электроэнергии, трёхзначной инфляции и постоянном осознании того, что правительственный указ может уничтожить всё в любой момент. Ни у кого из них не было предшественников. Все они пишут руководство в реальном времени.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	ВВП — \$107 млрд (оценка 2024 года), 10,8 млн человек. При этом с 2021 года страну покинули более 1 млн эмигрантов, а демографическое сжатие на 10–18% означает, что эффективный потребительский рынок сокращается быстрее, чем где-либо ещё в Западном полушарии
Уникальное преимущество	Новейший в мире законодательно признанный частный сектор: 9 660 МИПИМЭ генерируют 55% розничных продаж к 2024 году — против 4% в 2020-м
Главная проблема	Эмбарго США блокирует стандартные платёжные системы, платформы электронной коммерции и долларовые расчёты. Экспортные коридоры ограничены ЕС (прежде всего Испанией), Канадой, Мексикой и Панамой. Военный конгломерат GAESA контролирует 35–40% экономики и напрямую конкурирует в секторах, где работают основательские бренды.
Фактор времени	Объявление марта 2026 года о разрешении диаспорных инвестиций — первый легальный путь для кубинских американцев вкладывать средства на острове — ещё не реализовано, но может трансформировать капитальный ландшафт для основательских брендов в течение 12–24 месяцев

“Мы не открывали бизнес. Мы изобретали само понятие бизнеса — здесь, из ничего, в разгар всеобщего распада.”

Idania del Río, Сооснователь Clandestina

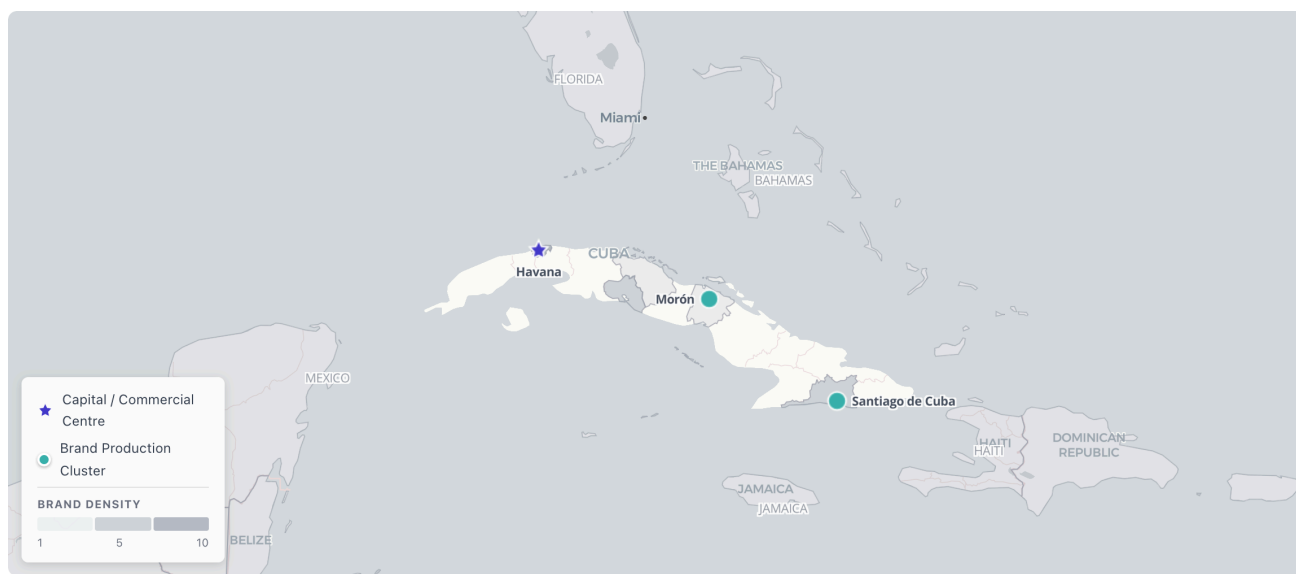
Forbes, 2019

РЫНКИ: Куба

СЕКТОРЫ: Рестораны · Мода и Аксессуары · Натуральная Косметика

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Гаванские частные кварталы и туристические кластеры — карта стеснённой экономики



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Частные операторы Кубы сосредоточены в исторических районах Гаваны — Старой Гаване, Ведадо и Сентро-Абане, — выкраивая коммерческое пространство внутри государственной туристической инфраструктуры. Ограничения здесь регуляторные, а не логистические: серия кризисов вытеснила выживших в самые заметные для туристов кварталы столицы.

Активность брендов концентрируется в Гаване, где сосредоточено около 70% всех задокументированных МИПИМЭ с потенциалом потребительского бренда. Сантьяго-де-Куба, Сьенфуэгос и провинциальные города вроде Морона представляют значительные, но гораздо слабее задокументированные экосистемы — исследовательская лакуна, отражающая общий пробел в институциональной аналитике.

* * *

ПОРТРЕТ СТРАНЫ

Частный сектор Кубы родился 20 сентября 2021 года, когда Декрет-закон 46 создал первую правовую базу для частного предпринимательства со времён Оффенсивы Революционарии 1968 года, ликвидировавшей последние 55 636 частных предприятий в ходе единой кампании национализации. К 2024 году в стране действовали 9 660 частных МИПИМЭ, обеспечивавших занятость 297 000 человек и генерировавших 55% национальных розничных продаж — против 4% в 2020 году. Частный сектор, не существовавший как юридическая категория четырем годами ранее, стал доминирующей силой кубинской потребительской торговли.

При этом 96,4% этих предприятий фиксировали тяжёлые или катастрофические последствия продолжающегося энергетического кризиса: веерные отключения до 20 часов в сутки, пять полных коллапсов национальной энергосистемы с октября 2024 года, разрушенные нехваткой топлива цепочки поставок и валюта, обесценившаяся с 24 до 400+ песо за доллар с 2021 года. Новейшая частная экономика мира строилась на обломках тяжелейшего экономического сжатия Западного полушария с 2019 года.

Тем, кто это строил, сегодня от 28 до 55 лет — самая молодая когорта основателей среди всех формирующихся рынков в покрытии Brandmine. Проблемы преемственности у них нет. Есть проблема исчезновения: более миллиона кубинцев эмигрировали с 2021 года, включая значительное, но неизвестное число основателей МИПИМЭ. Бренды, создаваемые сегодня, завтра могут остаться без основателей. Истории основания — решения, принятые во тьме отключений; обходные решения для цепочек поставок, изобретённые из ничего; ценовые стратегии для валюты, теряющей 30% стоимости за месяц, — представляют собой острейший материал кризисной документации в Западной полушарии. Почти ничего из этого не существует ни в одной институциональной базе данных. Волна смены поколений основателей документирует кризис преемственности на формирующихся рынках, где основатели эпохи реформ стареют одновременно. Куба находится за пределами этого горизонта преемственности — но именно потому, что окно основания здесь открыто, а не закрывается, разведывательный пробел наиболее остр.

Беспрецедентная волна

Каждая страна в покрытии Brandmine воспроизводит вариацию одной истории: реформенная волна открывает рынок, формируется предпринимательское поколение, проходят десятилетия, и Brandmine приходит документировать кризис преемственности по мере выбывания этого поколения. Россия 1991 года. Китай 1992-го. Индия 1991-го. Аргентина с её наслоёнными волнами эпох Менема и Киршнера.

Куба полностью переворачивает эту схему. Здесь нет реформенного поколения основателей, приближающегося к преемственности. Есть только окно основания — одновременно самое плодородное и самое ненадёжное в мире.

Легализация МИПИМЭ в сентябре 2021 года не создала частный сектор Кубы с нуля. Она узаконила то, что неформально росло три десятилетия. Особый период 1990-х — когда советский коллапс сжал кубинский ВВП на 35% — вынудил государство терпеть куэнтапропизмо как механизм выживания. Открывались паладарес. Дизайнеры шили в квартирах. Паладарес, получивший регистрацию МИПИМЭ в 2022 году, мог кормить гаванских ресторанных критиков с 2012-го. Формальный возраст бизнеса — пять лет. Эффективный возраст бренда — пятнадцать.

Регистрация МИПИМЭ не создала эти бренды. Она обнаружила их.

Беспрецедентность формы этой волны определяется сжатостью кризисов. В Аргентине каждый кризис наступал через годы после предыдущего, давая основателям время на восстановление. На Кубе кризисы пришли одновременно и не прекращаются: валютный хаос (2021), энергетический коллапс (2022), волна эмиграции (2021 — по сей день), разрыв цепочек поставок (продолжается). Кубинские основатели демонстрируют устойчивость не как последовательность преодолённых вызовов на протяжении карьеры. Они демонстрируют её как непрерывное рабочее состояние. Кризис на Кубе — не событие. Это среда.

!Где находятся кубинские основатели в 2026 году отражает фазу роста в кризисных условиях. Источник: анализ Brandmine (Куба).«

Где сосредоточено давление бренд-строительства

Секторное картирование Brandmine выявило 13 потенциальных потребительских секторов на Кубе. Восемь подавлены государственными монополиями настолько полно, что частные бренды не могут существовать юридически или практически: табак (список из 125 запрещённых видов деятельности МИПИМЭ включает производство сигар), ром (Cuba Ron S.A. контролирует всё перегонное производство в рамках регулирования DOP), кофе (CUBAEXPORT и GAESA контролируют брендированную торговлю), музыка (государственная монополия EGREM с 1964 года) и ещё четыре сектора с недостаточной инфраструктурой брендинга. Пять секторов содержат реальную активность частных брендов. Три располагают достаточной документацией для аналитической работы.

Сектор с 53-летней подпольной историей

Ресторанный сектор Кубы – паладарес – не нов. Это старейший непрерывный поток частного строительства потребительских брендов в постреволюционной Кубе. Первые паладарес открылись в 1993 году в Особый период, когда правительство, больше опасавшееся голода, чем частного предпринимательства, негласно допустило небольшие частные рестораны на 12 мест. Основатели первых паладарес не были предпринимателями в привычном смысле. Они были выжившими – людьми, обнаружившими в условиях почти полного дефицита, что могут готовить лучше государства, брать за это деньги и сохранять достаточно выручки, чтобы выжить.

La Guarida – архетип. Энрике Нуньес и Одейсис Фернандес открыли ресторан в обветшалом гаванском особняке, послужившем съёмочной площадкой для номинированного на «Оскар» фильма Томаса Гутьерреса Алеа «Земляника и шоколад». Та же лестница ведёт теперь в зал, где побывали королева Испании София, Бейонсе, Стивен Спилберг и Педро Альмодовар. Condé Nast Traveler и New York Times писали о нём. По любому мерилу – это бренд.

Глубинная история – «Декамерон». Ниуска Миньет основала свой паладарес в 1990 году – до того, как паладарес получили хотя бы юридическое признание. Когда власти закрыли его в 1998-м, она не эмигрировала. Она работала подпольно 12 лет – прятала столики и готовила в полутьме, когда приближались инспекторы, – и получила новую лицензию лишь в 2010-м. Три десятилетия нелегальной, полулегальной и наконец законной деятельности: самая концентрированная кризисная документация в истории кубинского бренда.

Сектор насчитывает от 50 до 100 основательских брендов с реальной узнаваемостью – на фоне 2 104 МИПИМЭ, зарегистрированных в гостиничном и ресторанном сегменте в масштабах страны. Из паладарес Особого периода выжили лишь 13 – каждый выживший представляет собой кризисный документальный случай. Исследование AUGЕ от марта 2026 года показало, что на гостеприимство и общественное питание пришлось 28,4% всех закрытий МИПИМЭ в IV квартале 2024 года. Бренды, продолжающие работать, выжили в условиях, которые закрыли бы европейский ресторан за квартал.

Сектор с магазином в Нью-Йорке

Сектор моды и дизайна Кубы не существовал как признанная отраслевая категория, пока Идания дель Рио и Лейре Фернандес не открыли Clandestina в 2015 году. Название – намеренная отсылка к работе «вне поля зрения»: ранняя идентичность бренда строилась на убеждении, что быть кубинцем, быть частным и быть брендом – всё это слегка трансгрессивные акты. Когда Барак Обама в ходе визита в Гавану в марте 2016 года упомянул Clandestina в речи, бренд приобрёл международную известность, которую никакой обычный маркетинг не смог бы обеспечить.

Сегодня в Clandestina работают 32 человека, бренд располагает флагманским магазином в Старой Гаване, присутствием в нью-йоркском ритейл-пространстве (Canvas by Querencia) и разбором кейса в Колумбийской школе бизнеса. Основательниц профилировал Forbes. Актрисы Ана де Армас и Джейми Ли Кёртис были сфотографированы в изделиях Clandestina. Это международно признанный кубинский

потребительский бренд по любому мерилу, применимому институциональным инвестором. И он на пять лет старше юридической концепции кубинского частного бизнеса.

Сектор насчитывает не менее 30–50 основательских брендов — и эта минимальная оценка, вероятно, занижена в пять и более раз. Dador, основанный в 2018 году тремя выпускницами Института дизайна Гаваны, работает на философии безотходного производства из натуральных тканей с магазином на Амаргура, 253, в Старой Гаване. Beyond Roots, основанный профессором экономики Адрианой Эредиа и насчитывающий 52 сотрудника, был признан лучшим опытом Airbnb в Латинской Америке в 2017 году; в октябре 2024 года Эредиа выступила в Гарвардском центре Дэвида Рокфеллера — момент, обозначивший вход кубинской моды в серьёзное институциональное поле зрения.

Измерение эмбарго здесь ощутимо остро. MAI MAI не может использовать Shopify, Visa или Mastercard из-за американских санкций. Экспортные коридоры проходят через ЕС (прежде всего Испанию) и диаспорные розничные сети — каналы, которые большинству кубинских основателей пришлось выстраивать без прецедентов.

Сектор, выросший из пандемийных огородов

Сектор натуральной красоты и косметики Кубы — самый молодой из трёх и самый быстрорастущий. Практически все его бренды основаны между 2018 и 2021 годами — многие в период ковидных локдаунов 2020–2021 годов, когда кубинские основатели обнаружили, что лекарственные растения и ароматические травы можно превращать в жизнеспособные коммерческие продукты из местных материалов — в стране, где импортные средства личной гигиены стали недоступны.

La Hoja Verde появилась, когда Шейла Беатрис Нуньес Кастро, запертая в своём доме в Сантьяго-де-Куба во время пандемийного локдауна, начала экспериментировать с лекарственными и ароматическими растениями из собственного огорода. Она зарегистрировалась как МИПИМЭ в марте 2021 года. D'eso Habana — семейный проект трёх поколений, основанный Дианой Бермудес в октябре 2020-го, — производит ароматические диффузоры, мыло с активированным углём, розовые масла и средства по уходу за мужской бородой из культивируемых дома растений. Qué Negra!, основанный Эрлис Пенникук Рамос в 2018 году, создал первый кубинский бренд, полностью посвящённый уходу за афро-текстурированными волосами, — заполнив рыночную нишу в стране, где подобных продуктов просто не существовало в розничной продаже.

Наиболее промышленно значимый бренд сектора работает не в Гаване, а в Мороне, провинция Сьего-де-Авила. Delavida, созданный Юнет Перес и Яримил Эррерой, насчитывает 37 сотрудников — большинство женщины, — производит 10 000–15 000 кусков мыла в месяц плюс 30 дополнительных средств по уходу из 100% кубинского сырья, с дистрибуцией в нескольких провинциях. На любом другом формирующемся рынке это было бы микропредприятием. В кубинском бьюти-секторе 2026 года — это лидер рынка. Ежегодная выставка Encuentro de Cosmética Natural Artesanal, организуемая Марией Карлой Фигеролой из Eco Rizos и проведённая трижды с 2022 года, сформировала технические стандарты сектора — уровень организационной зрелости, которого ни одна другая кубинская потребительская отрасль не достигала в таком возрасте.

Почему эта волна проявляется иначе

Структурное отличие кубинской волны бренд-строительства от всех остальных рынков в покрытии Brandmine — не в молодости когорты основателей. Оно в парадоксе документации.

В России, Китае, Индии и Аргентине основатели, строившие потребительские бренды в эпоху реформ, сейчас уходят — и кризисная документация их карьер доступна через десятилетия накопленной деловой прессы. Исследовательская задача — синтез: собрать воедино то, что существует в множестве источников. На Кубе через традиционные институциональные каналы не доступно почти ничего. Эмбарго США делает кубинские бренды невидимыми в американоцентричных базах данных. Контроль GAESA над

туристической экономикой означает, что большая часть международной аналитики по Кубе сосредоточена на государственных предприятиях. Ограниченная интернет-инфраструктура превращает многие кубинские МИПИМЭ в страницы Facebook, а не полноценные сайты. Основной разведывательный пробел — не синтез. Это само существование данных.

Это создаёт подлинно необычное преимущество первопроходца. Конкурентное окно — разрыв между моментом, когда кубинские основательские бренды становятся коммерчески значимыми, и моментом, когда институциональная аналитика станет доступна через привычные каналы, — шире, чем в любом другом рынке из покрытия Brandmine. Clandestina, с разбором кейса в Колумбийской школе бизнеса и активным нью-йоркским ритейл-присутствием, остаётся невидимой для институциональных инвесторов, которым нужно найти этот бренд через Bloomberg или PitchBook. Информация о нём существует лишь во фрагментарном виде — статья в Forbes, гарвардский кейс, туристический материал — и никогда не была синтезирована в формат, требуемый инвестиционными комитетами.

Миграционное измерение добавляет временное давление, иное по существу, чем срочность преемственности. С 2021 года страну покинули более миллиона кубинцев. Среди них — основатели МИПИМЭ. Оставленные ими бренды могут продолжить работу, заснуть или закрыться. Эмигрировавшие основатели всё ещё доступны — всё ещё готовы рассказывать о том, что построили. Но окно для фиксации историй основания, пока основатели ещё связаны со своими брендами, ещё помнят кризисные детали, — это окно измеряется месяцами, а не десятилетиями.

Окно и те, кто наблюдает

Мартовское объявление 2026 года о возможном разрешении диаспорных инвестиций — если реализованное — станет первым легальным путём для внешнего капитала в кубинские бренды МИПИМЭ через санкционированный государством канал. Кубинско-американское сообщество Майами, контролирующее, по оценкам, \$100 млрд активов, наблюдает за экосистемой МИПИМЭ с 2021 года с сочетанием политической осторожности и коммерческого интереса. Официальный инвестиционный канал изменит капитальный расчёт для каждого основательского бренда на острове.

ЕС уже присутствует. Связи Испании с Кубой делают её наиболее доступным европейским рынком для кубинского экспорта; бренды моды и косметики уже экспортируют через испанские сети, зачастую неформально. Основа для коммерческих отношений, недоступных американским инвесторам, существует уже годами.

В Кубе нет институциональных фондов прямых инвестиций. Нет венчурных фондов с кубинскими портфелями. Нет стратегических покупателей, мониторящих это пространство. Разведывательный пробел — не асимметричный, как в Аргентине, где L Catterton уже действовал, пока другие смотрели на Бразилию и Мексику, — а абсолютный. Бренды, которые определяют потребительскую экономику Кубы на следующее поколение, строятся сейчас, в условиях, которые никогда не повторятся, основателями, которые никогда больше не столкнутся с этим конкретным сочетанием ограничений и свобод.

Ниуска Миньет двенадцать лет вела Decamerón подпольно, прежде чем получила новую лицензию. Идания дель Рио назвала Clandestina в честь самого акта быть подчёркнуто частной. Шейла Беатрис Нуньес Кастро вырастила La Hoja Verde из пандемического сада в Сантьяго. Эти основательницы всё ещё на острове, всё ещё связаны со своими брендами, всё ещё готовы рассказать, как назначали цену на кусок мыла при 30%-ной месячной девальвации или кормили зал во время 20-часового отключения электричества. С 2021 года с Кубы эмигрировал миллион человек. Исследователь, который запишет эти рассказы об основании, пока основательницы ещё досягаемы, держит единственное руководство к тому, как частная экономика была изобретена внутри государства, пятьдесят три года отрицавшего само её существование.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

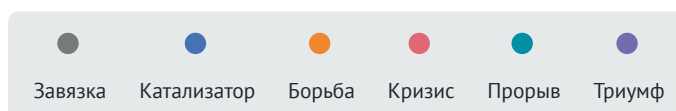
Волна эмиграции, унёсшая с острова более миллиона кубинцев с 2021 года, уносит и основателей, создавших частный сектор. Выживут бренды с достаточным международным охватом, чтобы пережить кризис. Разведывательное окно открыто. Оно не останется открытым надолго.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

Поколение экономики отключений, 2010–2020

От открытия при Обаме до сжатия из-за пандемии — кубинские частные предприниматели строились в трёхлетнее окно либерализации. Экономический кризис 2019 года и пандемия 2020-го уничтожили большую часть этих завоеваний, оставив крайне стеснённый предпринимательский ландшафт.

**ЗАВЯЗКА** 1968**Революционное наступление национализирует весь частный бизнес**

Оффенсива Революсионариа ликвидирует 55 636 оставшихся частных предприятий в ходе единой кампании. Каждый частный ресторан, магазин и мастерская национализированы. Понятие кубинского потребительского бренда, основанного частным лицом, фактически перестаёт существовать на следующие четыре десятилетия.

КАТАЛИЗАТОР 1990**Особый период — появляются первые паладарес**

Распад СССР запускает тяжелейший экономический кризис на Кубе: ВВП сокращается на 35% за четыре года. В 1993 году правительство легализует самозанятость и паладарес — частные рестораны на 12 мест. Первое поколение куэнтапропистов начинает строить бренды в условиях почти полного дефицита. Ниуска Миньет открывает «Декамерон».

КАТАЛИЗАТОР 2008**Рауль Кастро расширяет куэнтапропизмо**

Рауль Кастро начинает системные экономические реформы — расширяет перечень разрешённых видов самозанятости, разрешает кубинцам покупать и продавать жильё и автомобили, ослабляет ограничения на выезд. Начинается вторая волна неформального строительства брендов. Основатели, которые регистрируют МИПИМЭ в 2021 году, во многих случаях уже работают — невидимо.

ПРОРЫВ 2015**Нормализация при Обаме провоцирует туристический бум**

Дипломатическая нормализация США–Куба запускает самый мощный поток иностранного туризма в постреволюционной истории. Паладарес заполняются международными ресторанными журналистами. Clandestina открывается, и Обама упоминает бренд во время визита в Гавану в 2016 году. Международная пресса впервые обеспечивает реальную внешнюю документацию кубинских основательских брендов. Бум продлится лишь четыре года.

КРИЗИС 2017

Трампа ужесточает эмбарго — туризм рушится

Через президентских указов сворачивает нормализацию эпохи Обамы. Американский туризм на Кубу падает более чем вдвое. Паладарес, выстроившие модель под американских посетителей, сталкиваются с внезапным крахом. Сан-Кристобаль переходит с полной посадки на шесть столиков. Бренды, пережившие это сжатие — диверсифицировав аудиторию на европейских и канадских гостей, выстроив местную клиентуру, переориентировавшись, — демонстрируют профиль стойкости, определяющий кубинскую когорту основателей.

ПРОРЫВ 2021

Декрет о МСП легализует частный бизнес впервые с 1968 года

Декрет-закон 46, подписанный в сентябре 2021 года, создаёт первую правовую базу для микро-, малых и средних предприятий на Кубе. Впервые за 53 года кубинцы могут законно владеть частным бизнесом с численностью сотрудников до 100 человек. Более 2 000 МИПИМЭ регистрируются в первый же месяц. Формальная частная экономика начинается. Многие «новые» предприятия — это куэнтапропистские операции, существовавшие целое десятилетие, — наконец-то вышедшие на свет.

КРИЗИС 2022

Экономический коллапс и волна эмиграции усиливаются

Кубинский песо обесценивается с 24 до 400+ за доллар. Накопленная инфляция превышает 300%. Общенациональные отключения электроэнергии достигают 16–20 часов в сутки после разрушения нефтеперегонного терминала в Матансасе. Только в 2022 году страну покидают более 300 000 кубинцев — крупнейший единовременный отток со времён Мариэльского исхода 1980 года. Экосистема МИПИМЭ, едва перешагнувшая годовой рубеж, проходит экзистенциальное испытание в режиме реального времени.

БОРЬБА 2024

МИПИМЭ генерируют 55% розничных продаж

9 660 МИПИМЭ работают, нанимают 297 000 сотрудников и обеспечивают 55% национальных розничных продаж — против 4% в 2020-м. При этом 96,4% МИПИМЭ фиксируют тяжёлые или катастрофические последствия продолжающегося энергетического кризиса. С октября 2024 года произошло пять полных коллапсов национальной энергосистемы. Частный сектор одновременно является самым динамичным и самым хрупким сегментом кубинской экономики.

КАТАЛИЗАТОР 2026

Объявлен инвестиционный путь для диаспоры

Правительственное объявление марта 2026 года сигнализирует о возможном разрешении членам кубинской диаспоры — включая кубинских американцев, подпадающих под регулирование OFAC, — инвестировать в МИПИМЭ на острове. Правовая база ещё не реализована, однако само заявление впервые признаёт, что революционное государство нуждается во внешнем капитале для поддержки частного сектора, который оно неохотно создало.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+53
Валюта	Кубинское песо (CUP); хаотичная многоуровневая система курсов – официальный ~24–120 CUP/USD фактически фиктивен, неформальный ~530 CUP/USD (конец апр. 2026); песо потерял ~48% за год; туристическая экономика на наличных USD/EUR, долларизация нарастает. Уточняйте актуальный курс.
Часовой пояс	UTC–5 (UTC–4 в летнее время)
Рабочая неделя	Пн–Пт плюс полдня в субботу (законодательная 44-час. рабочая неделя: 8 ч. Пн–Пт, 4 ч. Сб)
Столица	Гавана (La Habana)
Интернет	.cu (национальный домен); ограниченная связь; государственный контроль доступа
Мессенджеры	WhatsApp – основной; Facebook Messenger; Telegram периодически блокируется (избегайте для важных переговоров)
Платёжные системы	Государственные кошельки Transfermóvil + EnZona для CUP – закрыты для иностранцев; наличные USD/EUR обязательны; карты американских банков заблокированы; платёжные системы ненадёжны
Банковское дело	Одни из наиболее жёстких санкций США среди рынков Brandmine; в 2025–26 ужесточились: EO 14404 (май 2026) вводит вторичные санкции против иностранных банков, работающих с заблокированными сторонами, вторичные санкции GAESA вступают в силу 5 июня 2026. Ключевое ограничение – корреспондентский банкинг (не SWIFT): расчёты нередко через третьи страны. Карты через американские банки не работают; везите наличные (предпочтительно EUR). Уточняйте актуальные правила.
Языки	Испанский (официальный, деловой)
Въезд	Для большинства национальностей – электронная виза (физическая туристическая карточка отменена с 1 янв. 2026), а также декларация D'Viajeros и медицинская страховка. Гражданам США необходима лицензионная категория OFAC (туризм запрещён); въезд на Кубу аннулирует право на ESTA/безвизовый въезд в США. Уточняйте актуальные правила.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 0 верифицированных источниках на 1 языке — первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках — исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе — географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды — на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на русском языке.

Первое издание · March 2026

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.3