



Habanos

DIARIO / DAILY

1

25 | 02 | 2014

Le Hoyo San Juan

La Gran Sorpresa
de Hoyo de Monterrey

Hoyo de Monterrey's
Big Surprise



Vuelta Abajo
La Meca del Tabaco
The Mecca of Tobacco

SAN JUAN Y MARTÍNEZ

La meca del tabaco

DESDE HACE MÁS DE SIGLO Y MEDIO, UNA PEQUEÑA VILLA RURAL UBICADA CASI EN EL EXTREMO SUROCCIDENTAL DE CUBA, DESPIERTA EN LOS AMANTES DE LOS HABANOS UNA INTESA CURIOSIDAD Y EL IRREFRENABLE DESEO DE VISITAR ESA TIERRA BENDECIDA POR LA NATURALEZA, PARA RENDIRLE CULTO AL MEJOR TABACO DEL MUNDO.



El destino tenía reservado un futuro excepcional a San Juan y Martínez, un inexplorado territorio aún sin nombre, de peculiares características de suelo y clima, en una región que con el tiempo se conocería como la mítica Vuelta Abajo.

Desde el siglo XVI comenzó en esta zona el fomento de la ganadería y la agricultura de subsistencia. Según historiadores, la primera casa se construyó en 1702 por Benito Lorenzo Ríos, y la primera Iglesia, edificada de tabla y guano por el maestro carpintero Don Tomás Carballo, se levantó en 1760, bajo la advocación de San Juan Bautista. En 1797 el pueblo era una aldea de poco más de 12 casas de guano.

Durante la primera mitad del siglo XIX el caserío fue destruido en dos ocasiones: por un ciclón en 1814 y por un incendio en 1828. Solo a partir de 1850 aumenta la población y se construyen casas de mampostería, barro, guano y tejas. En 1863 se erigió la Iglesia de mampostería, y también para ese año se realizó el trazado del Cementerio.

Por fin había comenzado el auge del cultivo del tabaco. Un soñador se había mudado al pueblo, empeñado en transformar una extraña hacienda ubicada en un bajío a la entrada de la aldea en verdadera joya tabacalera dedicada a una mujer, el amor de su vida.

A diferencia de otras marcas de puros cubanos, que alcanzaron notoriedad al tomar el nombre de personajes históricos, artísticos, novelesco o de protagonistas de la política o la diplomacia admirados por su trayectoria, Hoyo de Monterrey debe su nombre a la plantación vueltabajera de donde procedían las hojas utilizadas para su confección. El linaje le venía de cuna.

Su historia se remonta al año 1860, cuando el catalán José Gener compró aquellas tierras, consideradas entre las mejores de la región,

y de inmediato puso en práctica todo lo que había aprendido desde su llegada a Cuba en 1831, con 13 años de edad, para trabajar en las vegas de un tío en Vuelta Abajo.

Al cabo de 20 años de aprendizaje de los secretos más íntimos del tabaco decidió trasladarse en 1851 a La Habana y abrir su propia tabaquería, a la que no casualmente llamó La Escepción.

El toque excepcional de sus puros se lo daría, a partir de 1860, aquel tabaco distinguido por su aroma y especial suavidad. Podía darse el lujo de proclamar en las etiquetas de sus cajas de cedro: "esta fábrica es la única que puede elaborar tabacos de esta clase por ser de su propiedad la vega que lo produce".

Admirada por su histórica leyenda, las vegas de Hoyo de Monterrey constituyen hoy un apreciable destino turístico que concede una extraordinaria amenidad a San Juan y Martínez, especialmente en la época invernal cuando se encuentran en apogeo las labores de la cosecha.

Una tarja perpetúa la importancia del sitio, declarado monumento municipal en 1969, y zona de protección en 1996.

Situado a unos 180 km. al oeste de La Habana, y a 20 km. al oeste de la ciudad de Pinar del Río, los municipios vecinos de San Juan y Martínez y San Luis, constituyen el núcleo de la zona del mejor tabaco del mundo.

Gener utilizó por primera vez el nombre de la vega Hoyo de Monterrey como marca de tabaco en 1865. El suave sabor de su ligada lo convierte en una opción atractiva para aquellos que gustan de un Habano de menor fortaleza, delicado y aromático, con gran elegancia y complejidad.

La marca adquirió justificada fama y distinción desde época muy temprana, especialmente en el mercado británico, y la fábrica de José Gener se convirtió en una de las mayores de Cuba.



SAN JUAN AND MARTÍNEZ MECCA FOR TOBACCO

FOR MORE THAN 150 YEARS A SMALL RURAL VILLAGE, PLACED ALMOST IN WESTERNMOST SOUTHERN CUBA, MAKES LOVERS OF HABANOS FEEL CURIOUS AND EAGER FOR AT LEAST ONCE IN THEIR LIFETIMES, AS LOYAL PILGRIMS VISIT THAT BLESSED LAND TO PAY TRIBUTE TO THE BEST TOBACCO IN THE WORLD.

Fate had reserved an exceptional future for San Juan and Martinez, yet with no name, with peculiar characteristics in soil and climate, a region that would in time be known as Vuelta Abajo. Subsistence agriculture and ranching had begun in the 16th century in this area. According to historians, the first house was constructed by Benito Lorenzo Ríos in 1702, while the first church, built in wood and thatch leaves, by master carpenter Don TomásCarballo, was erected in 1760 and anointed to San Juan Bautista. In 1797 the town was a village of no more than 12 thatch-roofed houses.

During the first half of the 19th century, the hamlet was destroyed in two different moments: after a hurricane in 1814 and later a fire in 1828.

It is only after 1850 that the population began to grow and that brick, mud, thatch-and-tile houses popped up. The brick-and-mortar church was built in 1863, as the blueprints of the graveyard were designed.

Tobacco growth had finally reached its peak. By that time a "dreamer" had moved into the town, wishing to turn an odd farm, placed in a low land at the entrance of the town, into a true jewel of tobacco production, dedicated to a woman, his true love.

Unlike other brands of Cuban tobacco, which reached fame as they were named after historic, artistic or novelistic characters, or after politicians or diplomatic, admired for their acting, Hoyo de Monterrey was got its name from the plantation out of Vuelta Abajo, home to the leaves used in its production. The lineage was noble.

Its history begins in 1860, when Catalonian José GenerBatet bought that land, considered among the best in the region, and immediately put into practice all he had learned since his arrival in Cuba in 1831, at the age of 13, to work in the croplands his uncle had in Vuelta Abajo.

After 20 years of learning the finest secrets of tobacco, he decided to move to Havana in 1851 and open his own tobacco factory, to which, no by fortune, he named La Escepción (The Exception).

The exceptional touch of his cigars was given, from 1860 on, by that distinguished, aromatic and soft tobacco. He could even proclaim in the labels of the cedar boxes: "this factory is the only one that can produce cigars of this kind for the plantation belongs to it".

Admired for its historic legend, the plantation of Hoyo de Monterrey today stands for a travel destination that gives San Juan and Martinez great amenity, especially during the winter, when harvesting is due. A plaque immortalizes the importance of the place, declared municipality monument in 1969 and protected area in 1996.

Nestled about 180 km west of Havana and 20 km west of Pinar del Rio City, the neighboring municipalities make up the core of the land of the world's finest tobacco.

Gener used the name Hoyo de Monterrey for the first time as a tobacco brand in 1865. Its soft flavor makes it an attractive choice for those who like a softer, delicate and aromatic habano with great elegance and complexity.

The brand acquired fame and distinction since very early, especially in the British market, and José Gener's factory became one of the largest in Cuba.

Le Hoyo de San Juan y Partagás Serie D No. 6 Protagonistas de la Noche de Bienvenida

CON LA PRESENTACIÓN DE LAS DOS NUEVAS VITOLAS DEL PORTAFOLIO DE HABANOS S.A. QUEDÓ INAUGURADO OFICIALMENTE EL XVI FESTIVAL DEL HABANO

Cuba vuelve a ser escenario esta semana del mayor encuentro internacional para los amantes del mejor tabaco del mundo, el Festival del Habano, cuya decimoséptima edición se inauguró oficialmente en la noche de ayer en el Club Habana.

En la Noche de Bienvenida fueron presentadas dos nuevas vitolas de Habanos s.a., Le Hoyo de San Juan, de Hoyo de Monterrey, y Partagás Serie D No. 6, las cuales pudieron ser degustadas por los delegados e invitados al evento, quienes también disfrutaron de un concierto protagonizado por la popular orquesta Los Van Van.

Le Hoyo de San Juan, de Hoyo de Monterrey, es una vitola de calibre grueso y longitud intermedia (cepo 54 x 150 mm de largo) que se incorpora a una histórica línea que se renueva y amplía: la Serie Le Hoyo.

Para aquellos fumadores que en poco tiempo quieren disfrutar de todo el carácter de la marca Partagás, fue diseñada la nueva vitola Partagás Serie D No. 6, que mantiene su sabor característico pero en dimensiones sorprendentes (cepo 50 x 90 mm de largo).



Al agradecer la presencia de 1 500 delegados invitados de más de 80 países, los Copresidentes de Habanos s.a., Walfrido Hernández Mesa y Luis Sánchez-Arguindeguy Pardo de Vera, agradecieron también a todo el sector tabacalero cubano, que ha hecho posible la celebración del Festival del Habano, y en especial a Tabacuba y la dirección de Marketing Operativo de Habanos s.a.

Igualmente reconocieron la experiencia acumulada por más de veinte años por los trabajadores y directivos de Habanos s.a., así como la excelente articulación de la industria y la agricultura, bases del crecimiento actual que experimenta la compañía.



LE HOYO DE SAN JUAN, PARTAGAS SERIES D NO. 6 STEAL THE LIMELIGHT IN THE OPENING NIGHT

THE UNVEILING OF THE TWO NEWEST VITOLAS IN HABANOS S.A.'S PORTFOLIO ROLLED UP THE CURTAIN OF THE 16TH HABANO FESTIVAL

Cuba steps back on the world spotlight with the biggest international event for lovers of the planet's best tobacco—the Habano Festival—whose 16th edition opened officially last night at the Club Habana in the island nation's capital.

The opening night was also the perfect setting for the presentation of Habanos S.A.'s newest vitolas: Le Hoyo de San Juan by Hoyo de Monterrey and Partagas Series D No. 6, which attendees and guests puffed on while reveling in the Cuban music performed by celebrated band Los Van Van.

Le Hoyo de San Juan by Hoyo de Monterrey is a new midsize vitola of thick ring gauge (54 x 150 mm long) added to a historic line that gets enhanced and refreshed: the Le Hoyo Series.

This vitola has been designed for those smokers with little time to wallow in the full-bodied character of Partagas as it clings to the brand's signature taste, yet packed in a surprisingly shorter format (ring gauge 50 x 90 mm long).

By thanking the attendance of over 1,500 delegates and guests from more than 80 countries, Habanos S.A. co-presidents Walfrido Hernandez and Luis Sanchez-Arguindeguy Pardo de Vera also recognized the entire Cuban tobacco industry that has made the Habano Festival a dream come true, especially Tabacuba and Habanos S.A.'s Marketing Operations Division.

They also praised the experience that Habanos S.A.'s employees and executives have piled up for over twenty years, as well as the excellent articulation of the industry and the farming industry, by far the underpinnings of the company's ongoing growth and strengthening.



PROGRAMA MARTES 25/02 / TUESDAY 02/25 SCHEDULE

07:00 - 17:00 hrs Visita a Plantaciones en Vuelta Abajo, Pinar del Río. / Visit to tobacco plantations in Vuelta Abajo, Pinar del Rio.

15:00 hrs Cata Especial por invitación. / Special tasting. Invitation required.

EDITOR Y DIRECTOR GENERAL: José Carlos de Santiago REDACTORA JEFE: Ana M. Gómez COORDINACIÓN: Juliet Aguilar COORDINACIÓN ESPAÑOL: Ángel González DIRECTOR DE ARTE: Miguel Guerrero TRADUCCIÓN: Jorge Coronina COLABORACIÓN: EDITORIAL: Casa de las Américas y Habanos S.A. HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO: Patricia Cáceres y Amany E. del Valle FOTOGRAFÍA: Ferval y José Merino SUSCRIPCIONES Y ATENCIÓN AL CLIENTE: Tel.: +34 (91) 556 00 40, +53 (7) 207 90 34 y 35 (7) 207 90 34, correo@excelencias.co.es MÉJICO: DF Alejandra Maciel y Pájaro #25, Sección Parques, Cuauhtémoc, México D.F. 14720, Tel.: +52 (65) 58714000, Móvil: +52 (44) 5523160511 alejandra@excelencias.co.es dmxmexico@excelencias.com PUERTO RICO: Julicco Compañía Elvira Ramírez, Calle Puerto Luisa 100, P.O. Box 2000, Plaza Santa Rita, Santurce, San Juan, Puerto Rico 00927, Tel.: +1 (787) 755-2556, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Jorge Hernández, calle J.D. Perón 2556, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: +54 11 4220-2500, Correo: caribe@excelencias.com ARGENTINA: Buenos Aires, Jorge Hernández, calle J.D. Perón 2556, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: +54 11 4220-2500, Correo: caribe@excelencias.com HONDURAS: Karina Lizeth Rodríguez Torres, Col. Nuevo Leónque Blorre 1 C-707, Tegucigalpa, Honduras Cel.: +504 99237571, Tel.: +504 2267354, Karin06@hotmail.com con Brazil Emanuel Fernandes Franco Florianópolis SC Brasil, Tel.: +55 (11) 66454303, emanuele@excelencias.com USA: Haytheline Velasquez 2601 NW 105 Ave, Doral, FL 33172, Fax: +1 (305) 5927004 Cel.: +1 (786) 4128006, Tel.: +1 (305) 5920827 excelenciasusa@excelencias.com con ECUADOR: Ledany Contreras Valles, Cristóbal de Ayala N60-260 y De los Alamos, San Isidro del Inca, Quito, Provincia Pichincha, Cel.: +593 2 4014181, dir.rri@excelencias.com REPÚBLICA DOMINICANA: Rafael García Aznar Boulevard Turístico, Km 2.5 Punta Cana Tel.: 829.755.66.15, dir.rri@excelencias.com URUGUAY: María Shaw Arcena Tacuarembó 1361/902 - Montevideo 11200 Tel.: +598 (2) 4014181, dir.uruguay@excelencias.com COSTA RICA: Silvia Simón Tel.: +506 25518804, dir.costarica@excelencias.com PERÚ: Mariella Stuart Pando Residential San Felipe, Edificio Casuarinas No. 1102, Lima Tel.: +51 1 2616869, dir.peru@excelencias.com PORTUGAL: Isabel María Gómez Pignatelli Videira Calzada de Santa Catalina, 15D (1), Cruz — Quebrada Gorundo, Lisboa, Tel.: +351 (969) 767678 dir.portugal@excelencias.com E-MAIL: caribe@excelencias.com con caribe@excelencias.co.co DEPÓSITO LEGAL M-17340-1997 Edita: ELA / C Capitán Haya, 16, 28020 Madrid (España). ISBN: 1138-1841 FOTOMECAÑÍA E IMPRESIÓN: La Nueva Creaciones Gráficas TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN NO PODRÁN SER REPRODUCIDOS, DISTRIBUIDOS, NI COMUNICADOS PÚBLICAMENTE EN FORMA ALGUNA SIN LA PREVIA AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE LA SOCIEDAD EDITORA exclusivas latinoamericanas, ella, s.a. excelencias turísticas del caribe es una PUBLICACIÓN PLURAL. LA DIRECCIÓN NO SE HACE RESPONSABLE DE LA OPINIÓN DE SUS COLABORADORES EN LOS TRABAJOS PUBLICADOS, NI SE IDENTIFICA CON LA MISMA. ÚLTIMO CONTROL DE OJO: TIRADA: 75 330 EJEMPLARES. DIFUSIÓN: 62 472 EJEMPLARES. * 29/7/2003



EXCELENCIAS TURÍSTICAS DEL CARIBE ES MIEMBRO DE



f
FACEBOOK
Festival del Habano
<http://www.facebook.com/FestivalHabano>

b
TWITTER
FestivalHabano
<http://twitter.com/FestivalHabano>

<http://habanos.habanosnews.com>
www.revistaseexcelencias.com
www.caribbeannewsdigital.com

XVI Festival del Habano Inauguran Feria Comercial

EL VICEMINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR Y LA INVERSIÓN EXTRANJERA, ANTONIO CARRICARTE, DIO LA BIENVENIDA Y DESEÓ UNA FELIZ ESTANCIA A LOS MÁS DE 1 500 DELEGADOS DE 80 PAÍSES QUE ASISTEN AL XVI FESTIVAL DEL HABANO



Como un evento que constituye una oportunidad única e igualable de compartir y reforzar los lazos de amistad entre productores, comercializadores, consumidores, aficionados y amantes de los Habanos en todo el mundo, calificó el viceministro de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera, Antonio Carricarte, a la Feria Comercial del XVI Festival del Habano.

La muestra este año destaca por tener 68 stands de diversos países, como Alemania, Brasil, Italia, China, España, Panamá y Cuba, con un incremento en la cantidad de metros cuadrados de área expositiva con respecto al año anterior.

"Habanos atrae la atención de los más diversos sectores. Es por ello que en esta Feria Comercial contamos con la participación no solo de fabricantes y proveedores del mundo tabacalero, sino también de artesanos, colecciónis-



THE 16TH HABANO FESTIVAL'S TRADESHOW OPENS

CUBA'S DEPUTY MINISTER OF FOREIGN TRADE AND INVESTMENT, ANTONIO CARRICARTE, WELCOMED AND WISHED A PLEASANT STAY TO OVER 1,500 DELEGATES FROM SOME 80 NATIONS ATTENDING THE 16TH HABANO FESTIVAL

"This is an event that stands for a once-in-a-lifetime opportunity to share and strengthen friendly ties among producers, retailers, consumers, aficionados and lovers of habanos from around the world," said Antonio Carricarte, Cuba's deputy minister of Foreign Trade and Investment, in his keynote remarks at the opening of the 16th Habano Festival's Tradeshow.

This year's fair features 68 booths from different countries, such as Germany, Brazil, Italy, China, Spain, Panama and Cuba, and boasts an increase in the number of square meters of exhibition space from the previous edition.

"Habanos draw the attention of different sectors, so that's why this tradeshow is gathering not only manufacturers and suppliers from the tobacco industry, but also handcrafters, collectors, sellers of smoking accessories, makers of luxury items, impresarios from the printing industry and transportation dealers," Mr. Carricarte went on to say.

Cuban exhibitors of such flagship domestic products as rum, coffee and lobsters—the ability of these products to be paired with habanos has been proved many times before—are also in attendance.

During his keynote speech at the opening, the Cuban high-ranking official welcomed more than 1,500 delegates from some 80 nations.

The cutting-ribbon ceremony was presided over by Walfrido Hernandez Mesa and Luis Sanchez-Harguindey, Habanos S.A. co-presidents, as well as attendees and exhibitors of this year's tradeshow.



tas, proveedores de accesorios para fumadores, fabricantes de artículos de lujo, impresores y transportistas, afirmó el viceministro cubano.

También es de resaltar la presencia de expositores cubanos de productos insignias del país, como ron, café y langosta, cuya calidad al maridar con los Habanos ha sido muchas veces demostrada, aseguró.

El acto de inauguración de la muestra estuvo presidido por Walfrido Hernández Mesa y Luis Sánchez-Harguindey, Copresidentes de Habanos s.a., entre otros especialistas y directivos del sector, así como asistentes y expositores de la Feria Comercial.

16 ANIVERSARIO

ARTEX
Punto Clave del Arte

24 de febrero en el Club Habana:
COMPÀNIA DE SANTIAGO ALFONSO
Y ORQUESTA JUAN FORMELL Y LOS VAN VAN

26 de febrero en el Museo Nacional de Bellas Artes:
TANIA PANTOJA

28 de febrero en Pabexpo:
MIGDALIA RECHAVARRIA Y PAULÓ FG

LA CLAVE DEL ÉXITO

CLAVE CUBANA
AGENCIA ARTÍSTICA

Calle 86, n° 527 entre 5ta B y 7ma, Querejeta, Playa, La Habana, Cuba
Telfs.: +(537) 204 9151, 204 3684, 204 9131
promociones@clavecubana.artex.cu ggenceric@clavecubana.artex.cu

www.clavecubana.com

¿CÓMO PONER DE ACUERDO A CINCO MAESTROS RONEROS?



SELECCIÓN DE MAESTROS

BEBÁ CON RESPONSABILIDAD

Havana
Club
El Ron de Cuba

JAZZ CAFÉ
en el corazón
de una isla

Fundado en la más céntrica avenida habanera, el Jazz Café, restaurante y sitio cultural con una posición privilegiada y una vista espectacular del Océano Atlántico, es el espacio preferido de encuentro por los apasionados del universal género musical.

Miércoles a Domingo
Doble Presentación en vivo de 9:30 p.m. a 10:30 p.m.
y 11:00 p.m. a 12:00 a.m.

Sábados y Domingos
Peñas de Descargas de 4:00 p.m. a 8:00 p.m.

Restaurante, abierto todos los días de 12:00 m.s a 8:00 p.m., con acompañamiento de un pianista. De 8:00 p.m. a 2:00 a.m. funciona como Centro Nocturno de Jazz.

Gaviota
Casa de Vacaciones

JAZZ CAFÉ Calle 1ra y Paseo, Vedado, La Habana.



Comida Nacional e Internacional al carbón

National and International Grill Food

Bar con Variada Coctelería

Bar with all kind of Cocktails

Salón Climatizado, Reservado y Terraza

Air Conditioned, Private Saloon and Terrace

Calle 60 y 3ra Ave. Varadero, Cuba.

(045) 61 3986

www.facebook/varadero60





Cuban Lobster



Avenida La Pesquera y Atarés, Puerto Pesquero de La Habana, La Habana Vieja
Tel.: +53 7 8644146 al 49. Fax: +53 7 8644144. E-mail: caribex@caribex.cu



ESICUBA

Medio siglo de un Seguro Cubano

Fundada el 9 de abril de 1963
Seguros Internacionales de Cuba, S.A. (ESICUBA)
es una sociedad mercantil con acciones
de capital 100% cubano desde 1987.

★ ★ ★ ★

Comercializamos productos destinados a:

Hoteles y Comercios Transporte de Cargas
Personas Petróleo y Gas Ingeniería y Construcción
Aviación Marítimo Responsabilidad Civil
Transportistas Ferias y Eventos Todo Seguro



Oficina Central
Oficina de Ventas Negocios Especiales

Cuba No. 314 e/ Obispo y Obrapla
Habana Vieja, La Habana
Telf.: (537) 862 8031 al 38
Fax: (537) 866 8038

Oficina de Ventas Seguros Generales

Calle 1era, esquina a C
Plaza de la Revolución, La Habana
Telf.: (537) 838 1512/13
838 1624/25
Fax: (537) 838 1457

esicuba.clientes@esicuba.cu
www.esicuba.cu

RON ISLA DEL TESORO

D.O.P. CUBA

De color ámbar oscuro brillante, limpio y atractivo, este ron posee un aroma que evoca a un aguardiente muy viejo y de varias etapas de añejamiento, similar al que buscaban como parte de su botín los piratas y corsarios que asolaban y saqueaban nuestra bella Isla. Proveniente de la caña de azúcar, único y verdadero origen del ron cubano, Isla del Tesoro revela un sabor inigualable al paladar cuando se degusta: se hacen presentes las varias mezclas de bases de rones muy viejas junto al aguardiente también muy viejo, pero en extremo refinado, para dejarnos un agradable regusto y sensaciones bucales a frutos secos, chocolate y vainilla, entre otros.



*...el productor
original...*

Cuba Ron CORPORACIÓN
S.A.

Calle 200 Nº 1708 esq. 17, Atabey, Playa. La Habana, Cuba
Tel: (+53 7) 273 0102. Fax: (+53 7) 273 6916. E-mail: cubaron@cubaron.co.cu
www.cubaron.com

Habanos, un producto con muy buena salud

HABANOS S.A. OBTUVO EN 2013 UNA CIFRA DE NEGOCIO QUE SE SITÚA EN 447 MILLONES DE DÓLARES, MUY SUPERIOR A LOS 416 MILLONES ALCANZADOS EN 2012



La Corporación Habanos s.a. reportó en 2013 un crecimiento superior al 8% con respecto al año anterior, lo cual demuestra la buena salud de este producto, y la fortaleza y solidez de la empresa como líder mundial, pese a existir un entorno económico y legal complejo.

Así trascendió este lunes durante la conferencia de prensa ofrecida por funcionarios de Habanos s.a. a los más de 1500 delegados de 80 países que asisten al XVI Festival del Habano en el Palacio de Convenciones.

Al pronunciar las palabras de apertura, la directora de Marketing Operativo, Ana López, informó que Habanos s.a., que comercializa de forma exclusiva en el mundo las 27 marcas de este producto, elaboradas totalmente a mano, obtuvo en 2013 una cifra de negocio que se sitúa en 447 millones de dólares, muy superior a los 416 millones alcanzados en 2012.

Según el Vicepresidente de Desarrollo, Javier Terres, los ocho mercados más importantes son España, Francia, China, Alemania, Suiza, Cuba,

Líbano y Emiratos Árabes Unidos. “Pese a la crisis económica que ha golpeado a los países, fundamentalmente de Europa del Sur, la evolución nuestra ha sido muy positiva. No solo por el aumento en mercados emergentes como Pacífico y Medio Oriente, entre otros, sino también por el buen comportamiento de otros tradicionales como Alemania, Suiza y Canadá”, expresó Terres.

“Nuestra presencia a nivel mundial, que abarca a más de 150 países, nos permite que esas fluctuaciones que puedan existir como consecuencia de crisis económicas o instabilidades políticas no sean determinantes, pues la presencia multinacional nos posibilita compensar las bajas en algunos mercados con subidas en otros”, afirmó.

El Habano –dijo– tiene hoy más que nunca muy buena salud. “Podemos ser optimistas de cara al futuro. Tenemos clara nuestra responsabilidad como líderes en este mercado, que es mantener viva la cultura del tabaco Premium a nivel mundial”, subrayó.

Jorge Luis Fernández Maique, Vicepresidente Comercial de Habanos s.a., precisó que el trabajo realizado por la Red de Distribuidores, altamente especializada, también ha sido determinante para que se obtengan resultados positivos año tras año, pese a las crisis y las campañas antifumadores.

Señaló además que América Latina constituye un mercado emergente muy importante, pues la región representa entre el 16 y 17% del total de las ventas de Habanos en el mundo.

Líbano y Emiratos Árabes Unidos.

HABANOS: AS HEALTHY AS EVER

HABANOS S.A. CLOSED 2013 WITH \$447 MILLION WORTH OF SALES, WAY UP THE \$416 MILLION THE COMPANY RAKED IN DURING 2012

In 2013, Habanos S.A. reported a solid uptick of 8 percent from the previous year, a token that the product is “as healthy as ever” and the world’s leading company in the sale of premium cigars remains hefty amid a complex economic and legal environment.

That information was learned today in the course of a press conference staged by top officials from Habanos S.A. to the 1,500-plus delegates from 80 nations attending the 16th Habano Festival at the International Conference Center in Havana.

During his keynote speech during the grand opening, Ana Lopez, chief of Marketing Operations for Habanos S.A., the exclusive and sole seller of the 27 brands of hand-rolled habanos around the globe, said the company finished 2013 with \$447 million worth of sales, way up from the \$416 million raked in during the course of 2012.

According to Javier Terres, deputy president Development for Habanos S.A., the top eight markets are Spain, France, China, Germany, Switzerland, Cuba, Lebanon and the UAE.

“Even though the economic crisis has hit countries hard, especially in southern Europe, our evolution has been very positive. And that’s owed not only to such emerging markets as the Pacific Rim and the Middle East, but also others with traditionally good numbers on the board, like Germany, Switzerland and Canada,” Mr. Terres said.

“Our presence worldwide embraces 150 countries, so that kind of cushions those fluctuations that come as a consequence of economic crises or political instability. A multinational presence lets us offset the valleys in some markets with the peaks in others,” he went on to explain.

And Habanos remain as healthy as ever, he said. “We can remain upbeat as we look to the future. We’re absolutely clear about our responsibility as the world’s leading company in this market, and that’s to keep the culture of premium cigars alive around the globe,” he expressed.

Jorge Luis Fernandez Maique, deputy president Marketing for Habanos S.A. said the job done for a network of highly-specialized distributors has been key to getting positive outcomes year after year, even amid economic crises and antismoking campaigns.

He added that Latin America is a major emerging market since the region accounts for 16 to 17 percent of all habano sales on the planet.



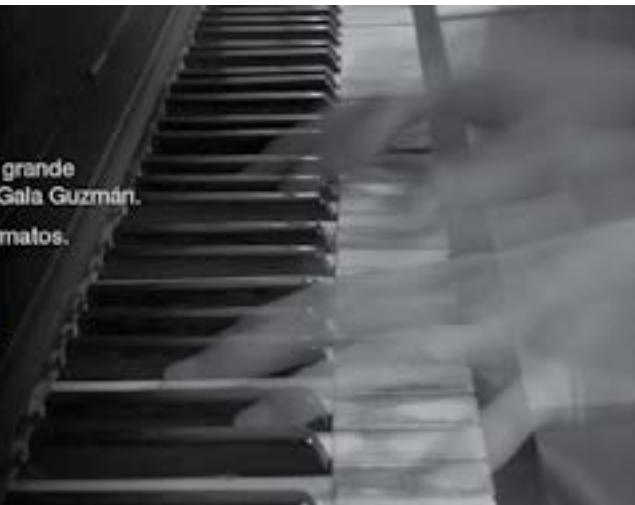
Empresa Provincial Comercializadora
de la Música y los Espectáculos,
ADOLFO GUZMÁN

Agencia de representaciones y producciones artísticas con el catálogo más grande y variado de América Latina y Patrocinadora del Festival Habaneras y de la Gala Guzmán.

Promueve lo mejor de la Música Cubana y del Espectáculo en diferentes formatos.

LA GUZMÁN MARCA LA DIFERENCIA

Contactos: Avenida 7ma, nº 162 entre 16 y 18, Miramar, La Habana, Cuba
Tels: +(537) 207 8891, 207 8845
aguzman@cubarte.cult.cu aguzman@gmail.com
www.adolfovazman.cu



Preliminar Habanosommelier

Un encuentro de maestría

REPRESENTANTES DE VARIAS REGIONES DEL MUNDO SORPRENDIERON POR SU PROFESIONALIDAD A LA HORA DE MARIDAR BEBIDAS Y HABANOS



El alto nivel demostrado por los siete competidores en la Competencia Habanosommelier explica el por qué este certamen continúa siendo uno de los mejores momentos del Festival del Habano.

Este año participan sommeliers de Emiratos Árabes Unidos, España, Costa Rica, Francia, Reino Unido, Rusia y Cuba, país anfitrión. Los fina-

listas a la competencia preliminar, celebrada este lunes, debieron presentar al jurado un supuesto servicio de sobremesa, con una propuesta de maridaje entre bebidas y Habanos.

Tras analizar todas las demostraciones, le corresponderá al jurado decidir quiénes serán los finalistas que se disputarán el galardón el próximo viernes.

A HABANOSOMMELIER PRELIMINARY ROUND FULL OF MASTERY

REPRESENTATIVES FROM SEVERAL WORLD REGIONS AWED JURORS WITH PROFESSIONAL FLAIR WHEN PAIRING DRINKS AND CIGARS



The tremendous level of the seven contestants that signed up for the International Habanosommelier Contest bears out why this continues to be one of the finest moments of the Habano Festival.

This time around, sommeliers from the UAE, Spain, Costa Rica, France, the UK, Russia and Cuba are attending. The finalists out of this preliminary round held Monday were bound to show the jury how good they can do when setting up an after-meal service, including a suggested pairing between beverages and habanos.

After checking on all preparations, the jurors must now decide who will make it to the grand finale slated for this Friday.



APUESTA VÁLIDA POR EL COMERCIO
Bets Wisely on More Trade

El XVI Festival del Habano es el lugar ideal para mostrar la carpeta de productos de TecnoAzúcar, así como el sitio idóneo para proponer el Ron Santero 11 años, el cual puede combinarse muy bien con algunos de los Habanos más selectos.

The big bash of Cuba's premium cigars is no doubt the right place to showcase the company's portfolio of products, let alone unveil the 11-year Santero rum that could make a perfect pair with some of the most selective Habanos.

Calle 23 No. 171 entre N y O piso 6,
Vedado, La Habana.
Telf.: +(537) 838 3194
tecnoczucar@azcuba.cu

Hoyo de Monterrey: Distinción y Originalidad

CUENTA LA LEYENDA QUE FUE EL ESPAÑOL PROCEDENTE DE TARRAGONA, JOSÉ GENER, QUIEN ENAMORADO DE LAS TIERRAS DE SAN JUAN Y MARTÍNEZ (D.O.P) Y DE UNA BELLA MULATA QUE LE ROBÓ EL CORAZÓN, FUNDÓ A MEDIDOS DEL SIGLO XIX EN EL CORAZÓN DE LA ZONA DE VUELTA ABAJO (D.O.P) UNA DE LAS FINCAS TABACALERAS QUE CON EL TIEMPO LLEGARÍA A CONVERTIRSE EN TODO UN CLÁSICO DENTRO DEL MUNDO DE LOS HABANOS: HOYO DE MONTERREY.

Todavía hoy, en la entrada de la famosa plantación, puede leerse la inscripción de su puerta de entrada: "Hoyo de Monterrey. José Gener.

1860, como testigo invaluable de su antigüedad, aunque no fue hasta 1865 que el nombre de la vega comenzó a utilizarse como marca de tabaco.

Desde esa época, el suave sabor de la ligada característica de Hoyo de Monterrey, así como su prestigio de ser un producto elaborado Totalmente a Mano, lo convirtieron en una de las opciones más atractivas para quienes gustan de un Habano de menor fortaleza, delicado y aromático, pero con una gran elegancia y complejidad.

En la marca destacan vitolas históricas como la Double Corona, y la prestigiosa Serie Epicure con sus vitolas No. 1 y No. 2, que se enriquece en 2008 con el Epicure Especial.

Hace unos años también se lanzó el primer Petit Robusto de Habanos, de Cepo 50 y menor longitud que el Robusto, y en ello la marca pionera fue Hoyo de Monterrey. Desde entonces, es uno de los Habanos de preferencia de aquellos que disfrutan de los formatos de cepo grueso, pero que disponen de poco tiempo para poder disfrutar de ellos.

Históricamente, dentro de la marca se ha distinguido también la serie Le Hoyo, ideada como homenaje a la famosa vega donde nació la pasión de José Gener por los Habanos.

Esta serie, que históricamente era conocida por sus formatos de calibres fino y medio, incorpora con el nuevo Le Hoyo de San Juan el calibre grueso



a su vitolario, rindiendo homenaje así al enamorado español precursor de la marca, al pueblo por donde gustaba pasearse en las tardes frescas, y a Hoyo de Monterrey, ese rincón mágico de San Juan y Martínez.

HOYO DE MONTERREY: DISTINCTION AND ORIGINALITY

LEGEND HAS IT THAT TARRAGONA-BORN SPANIARD JOSE GENER, WHO FELL HEAD OVER HEELS IN LOVE WITH THE LANDS OF SAN JUAN Y MARTINEZ (D.O.P) AND A BEAUTIFUL MULATTO GIRL WHO STOLE HIS HEART, FOUNDED IN THE MID 19TH CENTURY, RIGHT IN THE HEART OF THE VUELTA ABAJO (D.O.P)

ZONE, ONE OF THE TOBACCO FARMS THAT EVENTUALLY BECAME A CLASSIC WITHIN THE REALM OF HABANOS: HOYO DE MONTERREY.

Even today, at the entrance of the famous plantation, a plaque reads "Hoyo de Monterrey. Jose Gener. 1860", standing tall as a witness of its priceless longevity, even though it wasn't till 1865 that the plantation's name started to be used as a cigar brand.

Since then, the soft taste of Hoyo de Monterrey's signature blend, coupled with the prestige of a product completely rolled by hand, rapidly turned it into one of the mosturing choices for those who prefer a milder-tasting habano, more delicate and scented, yet with tremendous elegance and complexity.

The brand features historic vitolas, such as Double Corona, and the prestigious Epicure Series, with its No. 1 and No. 2 vitolas, further enriched in 2008 with the launch of the Epicure Especial.

A few years back, the rollout of the first Petit Robusto (ring gauge 50 and shorter than the Robusto) hit the mar-

ket. The harbinger brand for the launch was Hoyo de Monterrey. Since then, it's no doubt one of the top choices among thick ring-gauge habanos, quite suitable for people who don't have that much time for smoking.

Traditionally within this brand, the Le Hoyo Series has also been a standout, designed to pay tribute to the famous tobacco plantation where Jose Gener's passion for habanos saw the light of day.

This series, formerly known for its thin ring-gauge and midsize cigars, is now embracing the thick-range plateau with the new Le Hoyo de San Juan, thus paying tribute to that enamored Spanish forerunner, to the town he loved strolling around during the breezy afternoons, and to Hoyo de Monterrey, that magic corner of San Juan y Martínez.



LE HOYO DE SAN JUAN

HOYO DE MONTERREY SE AMPLÍA CON UNA NUEVA VITOLA QUE SE INCORPORA A LA HISTÓRICA LÍNEA DE LA MARCA.
HOYO DE MONTERREY ADDS NEW VITOLA TO JOIN THE BRAND'S TRADITIONAL LINE.



Histórica línea dentro de una marca de por sí tradicional, como Hoyo de Monterrey, la nueva vitola Le Hoyo de San Juan promete ser toda una revelación dentro del XVI Festival del Habano.

Razones sobran para ello. Primero, incorpora una nueva vitola a la Serie Le Hoyo, que llevaba decenios sin ninguna nueva presentación. Segundo, porque se trata de una vitola de calibre grueso que permite a los aficionados a Hoyo de Monterrey enriquecer la gama en los calibres de mayor porte, poco presentes en la marca hasta ahora.

Le Hoyo de San Juan es también significativa por representar un nuevo concepto en la profundización de la elaboración de las ligadas de Habanos con características propias de cada una de la Denominaciones de Origen Cubanas.

En este caso, la ligada característica de sabor suave de Hoyo de Monterrey se ha elaborado exclusivamente con hojas del Distrito Tabacalero San Juan y Martínez (D.O.P.), utilizando para ello las hojas de Volado, Seco y Ligero de esa región, la cual se caracteriza porque sus suelos proporcionan un sabor muy particular, así como una consistencia e intensidad propia de los Habanos procedentes de estas tierras.

El formato de esta vitola de galera, Geniales (cepo 54 x 150 mm de largo), augura a Le Hoyo de San Juan una gran acogida entre los entusiastas de Hoyo de Monterrey, pero también entre los amantes de los formatos de calibre grueso y longitud intermedia, y entre quienes buscan un elegante sabor pero que sea consistente y equilibrado al mismo tiempo.

Le Hoyo de San Juan estará disponible inicialmente en el clásico cajón de corredora (SLB) de la marca, en 25 y 10 unidades.

Estos cajones incorporan, asimismo, innovaciones en la imagen de la marca, en primer lugar la papeleta adhesiva externa de los envases de 10 y 25 unidades. También la cinta que adorna el mazo de 25 unidades en un nuevo color blanco, que ayudará a identificar esta nueva vitola de Hoyo de Monterrey a los entusiastas de la marca.

Por último, Le Hoyo de San Juan presenta la nueva anilla de la Serie Le Hoyo, que identifica a esta nueva vitola, la cual mantiene su característico color rojo y en la parte inferior eleva la imagen de la marca.

A historic line within a brand that's pure tradition in itself, like Hoyo de Monterrey, is now featuring the brand-new Le Hoyo de San Juan, a vitola that promises to be a revelation in the 16th Habano Festival.

There are reasons galore. First of all, the Le Hoyo Series includes a new vitola for a brand that hasn't added a new presentation for decades. Secondly, this is a thick ring-gauge vitola that lets lovers of Hoyo de Monterrey enrich the assortment of long-range gauges –so scarce up to now in this brand.

Le Hoyo de San Juan also stands out for showing off a new concept in the in-depth manufacturing of habano blends, with characteristics of its own for each and every one of the Cuban Denominations of Origin.

In this case, the Hoyo de Monterrey's signature soft-tasting blend has been hand-rolled using exclusively leaves out of the tobacco-producing district of San Juan y Martínez (D.O.P.), relying on volado, seco and ligero leaves that add a very peculiar taste, let alone the traditional consistency and intensity of habanos coming from these lands.

The size of its factory vitola (Geniales, ring gauge 54 x 150 mm long), augurs quite a huge acclaim for Le Hoyo de San Juan among not only the brand's enthusiasts, but also lovers of thick ring-gauge and midsize cigars, not to mention for scores of people who prefer a consistent and well-balanced habano in the same breath.

Le Hoyo de San Juan will be available in the brand's classic sliding box (SLD), containing 25 to 10 units apiece.

What's more, these boxes add innovations in the brand's image. Firstly, the adhesive outer paper inlays for the 25- and 10-unit containers. Also the wrapping ribbon that spruces up the 25-cigar bundle is now white, a token that would definitely help identify the new Hoyo de Monterrey vitola among the brand's enthusiasts.

Last but not least, Le Hoyo de San Juan will carry the new Le Hoyo Series band that tells this vitola apart, still featuring the traditional red color and the brand's image on the lower side.



MARCA / BRAND

Hoyo de Monterrey

VITOLA DE SALIDA / STORE VITOLA

Le Hoyo de San Juan

VITOLA DE GALERA / FACTORY VITOLA

Geniales

MEDIDAS / SIZES

Cepo 54 (21,43 mm) x 150 mm de largo.

PRESENTACIONES / PRESENTATIONS

Cajón de Corredora (SLB) de 25 unidades

Cajón de Corredora (SLB) de 10 unidades