

# THEPUBLIC

**TECNOLOGIA**

SEGURANÇA PREDIAL

**AMÉRICA  
LATINA**

DESAFIOS NA AMÉRICA  
LATINA EM 2025

**COBERTURA ESPECIAL**

SEMANA DA PUBLICIDADE LATAM

**CARLOS CASTRO**

DIRETOR DE MARKETING NA  
ANDERSON'S GROUP

[grupothepublic.com](http://grupothepublic.com)



# ÍNDICE

## EDIÇÃO ANTERIOR



Entrevista Mariano Serkin, Sócio da Isla  
E mais artigos.

## 6 O México pode se tornar uma referência em robótica educacional

O mercado global de robôs deverá atingir 74 bilhões até 2026.

## 12 Desafios econômicos que a América Latina enfrentará em 2025

As projeções apontam para um crescimento de 2,5%, além de problemas estruturais e tensões globais que complicam o panorama regional.

## 16 Tendências em tecnologia biométrica para segurança predial

O mercado global de autenticação digital poderá atingir US\$ 8,8 bilhões até 2026.

## 20 Biochar: um aliado para a fertilidade do solo e a seca

Este produto obtido a partir da biomassa otimiza a produção agrícola, mitigando também as emissões de gases de efeito estufa.

## 24 Grupo Anderson's: 6 décadas de sabor e inovação

As suas estratégias de marketing e o compromisso com a excelência são o segredo do seu sucesso, que não se limita apenas à qualidade dos seus alimentos.

## 30 Espelhos inteligentes: a nova cara da publicidade interativa

Os ginásios têm sido o local preferido para este tipo de publicidade e prometem uma média de 2.000 impactos diários por espelho instalado.

# THEPUBLIC

## 34 Los accidentes de tránsito cobran más de 15 mil vidas al año en México

El país busca transformar el modelo urbano, priorizando la inclusión vial para crear ciudades más accesibles y seguras.

## 38 Liofilización como solución a la crisis alimentaria global

Este método de conservación podría ser la clave para enfrentar la creciente demanda de alimentos y la reducción del desperdicio alimentario.

## 42 Historia y espiritualidad en el Monasterio de Santa Catalina

Este lugar transporta a los visitantes a través de los siglos, con un ambiente de paz que contrasta con la bulliciosa vida moderna de Arequipa.

## 50 Arte que florece y se inspira en la esencia de la naturaleza

El artista Lorenzo Durán ha descubierto en las hojas de los árboles un lienzo lleno de posibilidades.

## 58 Tendencias clave de la industria publicitaria para América Latina

El Advertising Week LATAM 2024 exploró el impacto de la inteligencia artificial, la generación Z y la sostenibilidad en la publicidad.

## 64 La publicidad consciente es la clave para conectar

Los jóvenes de ahora exigen valores auténticos, por lo que las empresas deben combinar empatía y responsabilidad social.

## 68 Los centros comerciales se preparan para una Navidad más verde

Las tendencias en decoración sostenible están orientadas a minimizar el uso de recursos y reutilizar materiales



**Directora**  
Nayla López

**Editora**  
Estefani Rodriguez  
erodriguez@grupothepublic.com

**Redactores**  
Pilar Astupiña  
pastupina@grupothepublic.com  
Esperanza Aguilera  
eaguilera@grupothepublic.com

**Dirección de arte**  
Andrea García  
agarcia@grupothepublic.com

**Desarrollo y Tecnología**  
Pierre Santos  
jsantos@grupothepublic.com

# EDITORIAL

Dezembro é um mês para refletir sobre a generosidade, a empatia e a ligação humana que acompanham as férias, mas também um momento ideal para rever os progressos alcançados ao longo do ano. No caso da América Latina, a região provou ter potencial para ser um ator fundamental na era da transformação digital e criativa.

Para esta última edição do ano, temos na capa a presença de Carlos Castro, diretor de marketing do Grupo Anderson's. A partir de sua experiência, o executivo nos conta as estratégias que levaram esta empresa mexicana a se destacar há 60 anos no setor gastronômico.

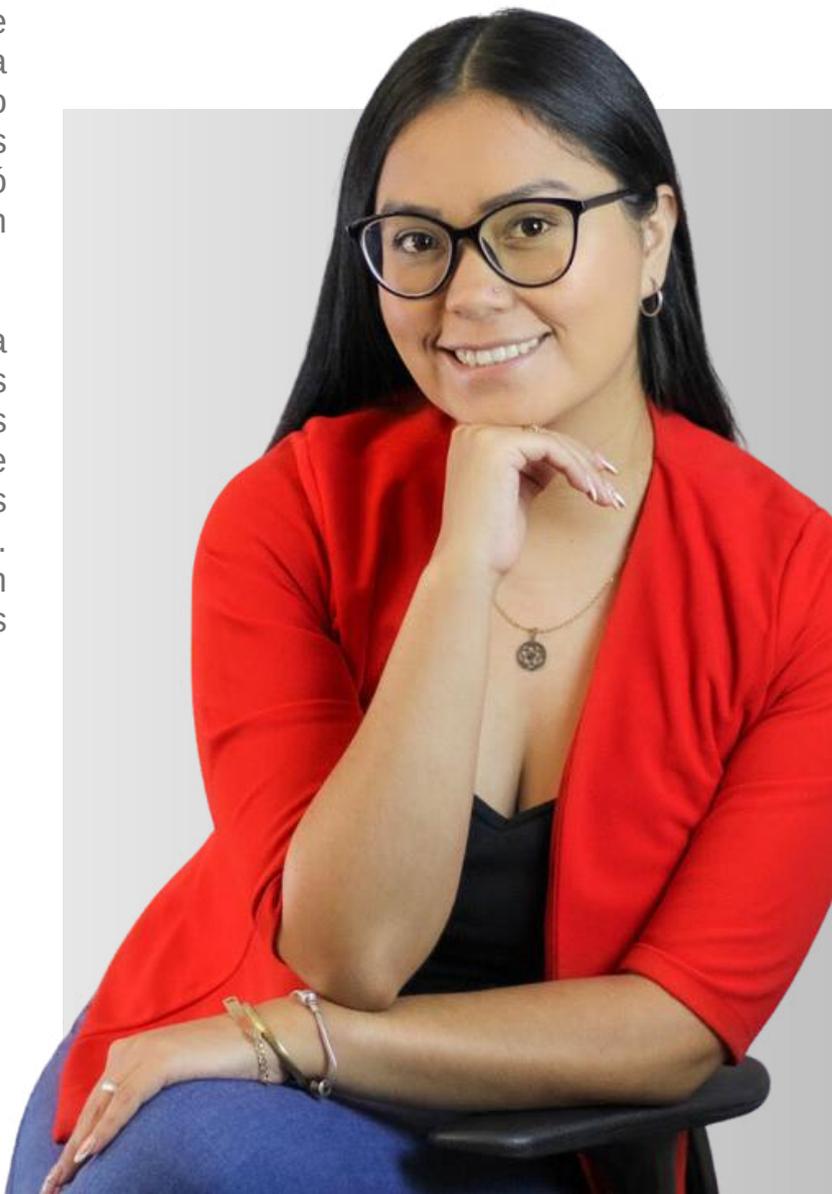
A recente Advertising Week LATAM 2024 deixou claro que a indústria publicitária na América Latina está em plena transformação. Os líderes do setor concordaram que a criatividade será o motor da inovação, impulsionada por tecnologias emergentes, conteúdos personalizados e estratégias que transcendem as fronteiras tradicionais da publicidade.

Uma das inovações tecnológicas deste ano é o avanço da biometria para segurança predial. Do reconhecimento facial à identificação de impressões digitais, estas ferramentas não só prometem maior eficiência, mas também melhor proteção.

Com visão estratégica e cooperação, a região pode tirar partido das tendências emergentes e construir um futuro mais próspero e sustentável. Inovar, criar e transformar não são apenas opções; Eles são fundamentais para seguir em frente. Não vejamos esta temporada como o fim de um ciclo, mas como o início de novas oportunidades.

Feliz ano novo!

*Estefani R.*  
**EDITORA**



P

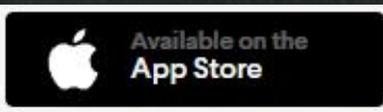
# RÁDIO O PÚBLICO

## INSPIRAÇÃO DOS GRANDES

74  
3/3

Na Rádio The Public acreditamos no poder da música como uma força que transcende gerações, que liga o passado e o presente e que inspira o que há de melhor em quem a ouve. Queremos ser a ponte entre os grandes hinos do rock clássico e as novas vozes do rock contemporâneo, criando uma experiência sonora que celebra a essência da rebelião, da criatividade e da paixão.

ZENO



# Radio The Public



# O MÉXICO PODE SE TORNAR UMA REFERÊNCIA EM ROBÓTICA EDUCACIONAL

O mercado global de robôs deverá atingir 74 bilhões até 2026.

*Escrito por: Estefani Rodríguez*

**A** integração da robótica nas salas de aula está inaugurando uma nova era na aprendizagem, oferecendo ferramentas inovadoras para melhorar a compreensão, a criatividade e o envolvimento dos alunos. Desde robôs que ensinam matemática até plataformas de aprendizagem personalizadas, esta indústria está revolucionando como e o que aprendemos.

O mercado global de robótica está experimentando um crescimento acelerado. Em 2020, o seu valor ascendeu a 27 mil milhões de dólares, prevendo-se que atinja os 74 mil milhões em 2026. Dentro deste panorama, os robôs educativos destacam-se como ferramentas fundamentais para a aprendizagem tecnológica.



Alejandro Franco Rodríguez, diretor geral da [QSM Semiconductors](#)

No caso do México, a QSM Semiconductors identificou o país como um terreno fértil para este tipo de soluções. Segundo Alejandro Franco Rodríguez, diretor geral da empresa, “o número de jovens no México supera em muito o de outros países, o que aliado à crescente necessidade de assistência educacional, torna o país um mercado muito atraente para este setor”.

Em 2023, o segmento global de robôs de brincar gerou receitas de 7 mil milhões de dólares, um valor que, segundo a investigação, poderá triplicar até 2030. Parte deste crescimento será impulsionado pela necessidade de ferramentas que combinem educação e tecnologia.

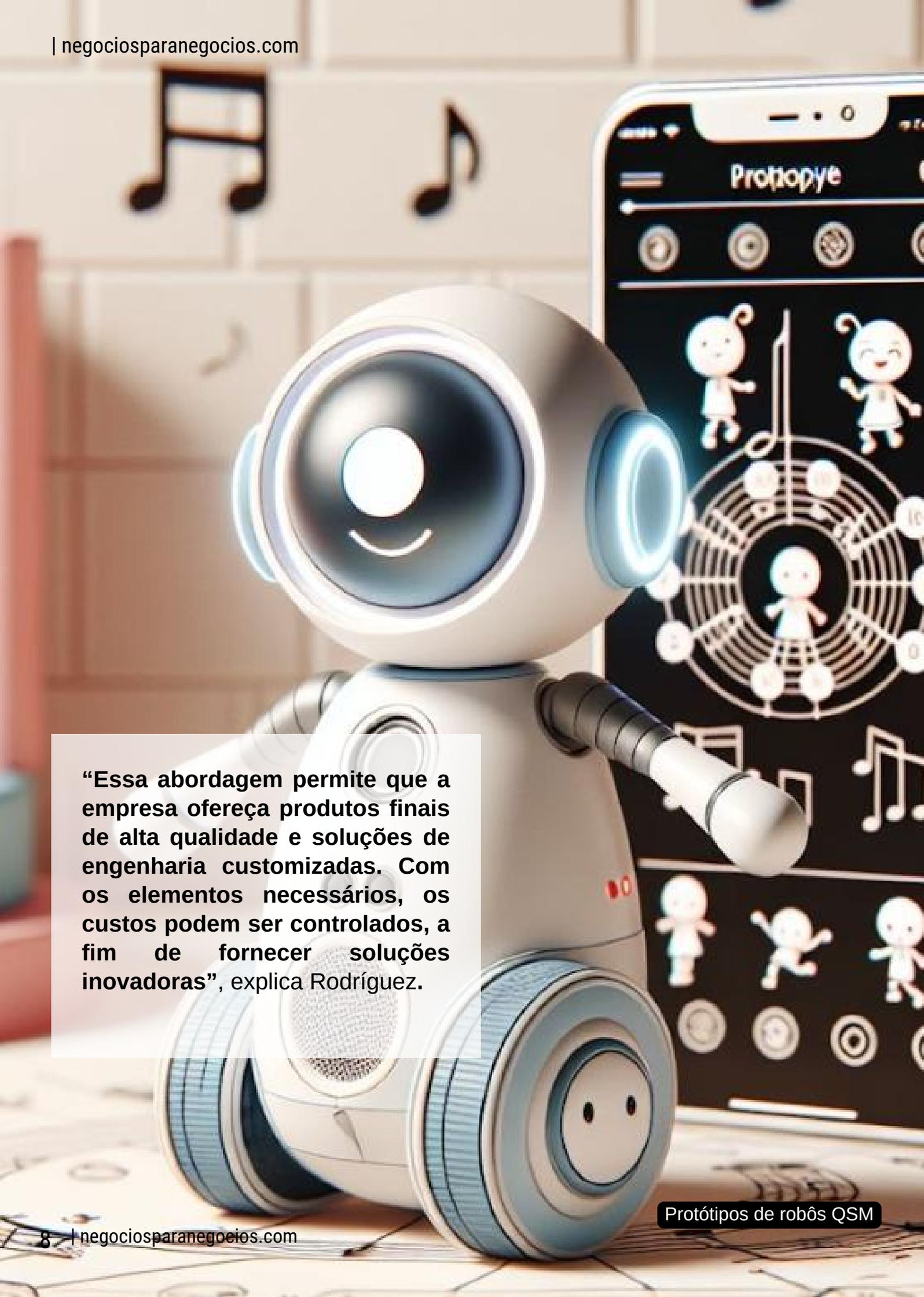
Deve-se notar que uma das maiores promessas da robótica na educação é a sua capacidade de personalizar a aprendizagem. A título de exemplo, um dos produtos da QSM é um robô educacional que integra três modos de controle: manual, automático e inteligência artificial.



Protótipos de robôs QSM

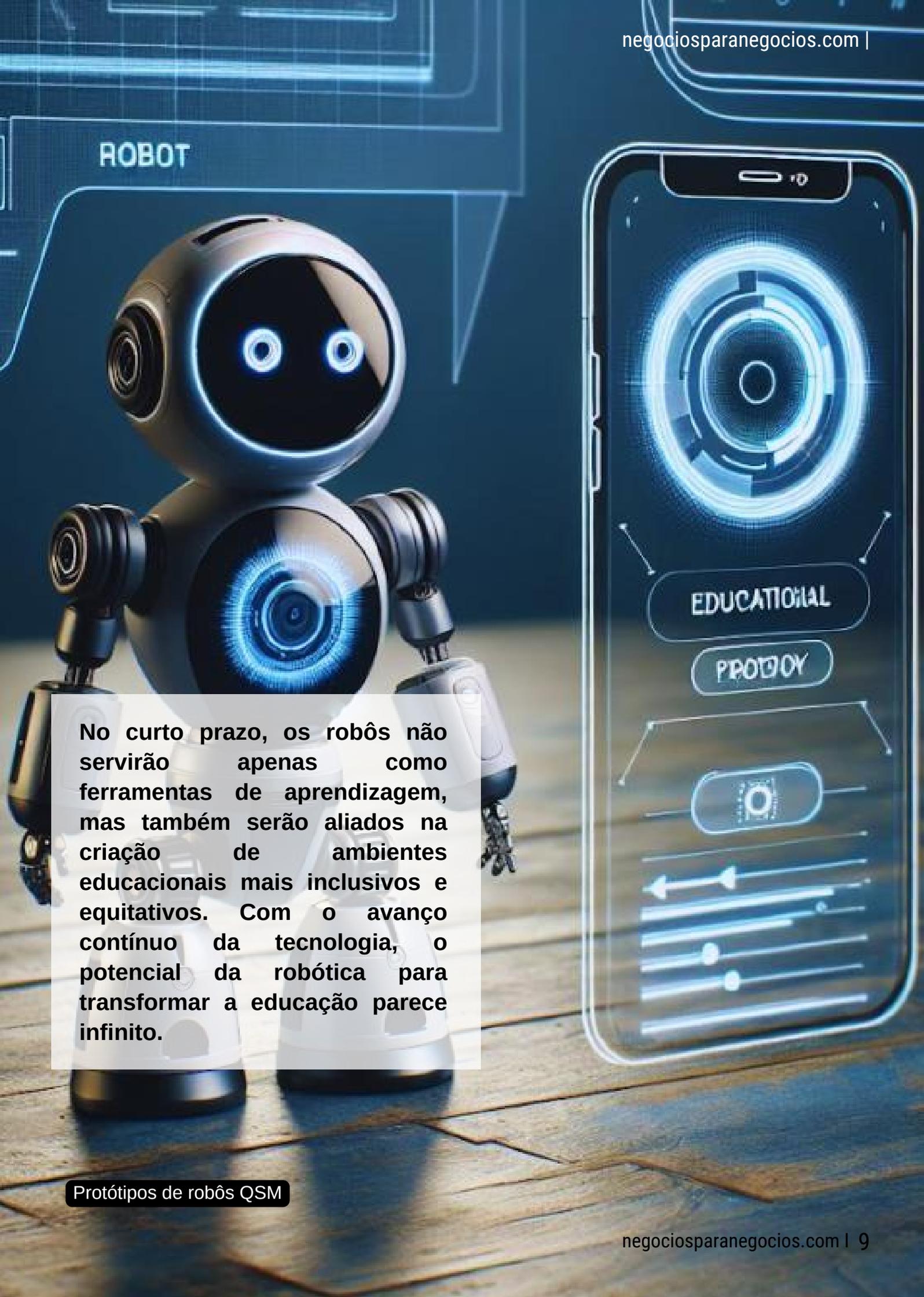
Este dispositivo, controlado por uma aplicação móvel, permite aos utilizadores operá-lo de forma intuitiva, programar movimentos complexos e interagir com um assistente virtual que responde a perguntas, conta piadas e oferece apoio nos trabalhos de casa.

No modo manual, o robô pode ser controlado em tempo real, com movimentos e ajustes personalizados como a mudança da cor da sua faixa de LED. Em seu modo automático, você pode criar rotinas de dança e sequências de movimentos semelhantes à programação de blocos em plataformas como Scratch. Por seu turno, o módulo de inteligência artificial transforma o robô num assistente multifuncional, ideal para enriquecer experiências de aprendizagem e promover competências tecnológicas nos alunos.



**“Essa abordagem permite que a empresa ofereça produtos finais de alta qualidade e soluções de engenharia customizadas. Com os elementos necessários, os custos podem ser controlados, a fim de fornecer soluções inovadoras”, explica Rodríguez.**

ROBOT



No curto prazo, os robôs não servirão apenas como ferramentas de aprendizagem, mas também serão aliados na criação de ambientes educacionais mais inclusivos e equitativos. Com o avanço contínuo da tecnologia, o potencial da robótica para transformar a educação parece infinito.

Protótipos de robôs QSM

Esses dispositivos representam uma alternativa à dependência de robôs importados de países como China e Taiwan.



Protótipos de robôs QSM



**Lobe  
Mark**

# **MARKETING E PUBLICIDADE**

**CAMPANHAS, CRIATIVIDADE E IDEIAS**

**lobemark.com**

# DESAFIOS ECONÔMICOS QUE A AMÉRICA LATINA ENFRENTARÁ EM 2025



*Escrito por: Esperanza Aguilera*

As projeções apontam para um crescimento de 2.5%, além de problemas estruturais e tensões globais que complicam o panorama regional.

**E**

mbora as projeções para 2025 indiquem um crescimento moderado na América Latina, com uma média próxima de 2,5% segundo estimativas do Fundo Monetário Internacional

(FMI), a região enfrenta desafios significativos. Problemas estruturais, como a inflação elevada e o progresso limitado na inovação tecnológica, ameaçam abrandar o seu desenvolvimento económico. Além disso, factores como o abrandamento do comércio internacional e as tensões geopolíticas aumentam a incerteza.

O crescimento económico na região continuará a ser desigual nos próximos anos. De acordo com dados do FMI, o Brasil (com um crescimento estimado de 3,0% em 2024) e o Chile destacam-se como economias resilientes devido aos seus setores industriais avançados e agrícolas técnicos. No entanto, países como a Argentina enfrentam graves crises económicas, incluindo uma inflação de 193% que poderá piorar em 2025.

A este respeito, Fernando de Mateo Venturini, co-coordenador do Diploma de Negociações Comerciais Internacionais do El Colegio de México, destaca que um dos factores-chave para a região será o desempenho da economia chinesa. Países como Brasil, México e Costa Rica poderão se beneficiar do aumento da demanda por matérias-primas e fabricação tecnológica por parte deste país.

Além disso, destaca que um dos maiores desafios da região é a crescente dívida pública, agravada pelo impacto da pandemia. Segundo o FMI, muitos países atingiram níveis de dívida que podem comprometer a sua sustentabilidade fiscal.

O economista menciona que **“a região deve fortalecer os seus quadros fiscais e priorizar a disciplina orçamental para evitar uma maior deterioração das finanças públicas”**.

O comércio internacional é outro eixo fundamental para as perspectivas da América Latina. Segundo Mateo Venturini, **“o comércio internacional, que apresentou uma contração de 1% em 2023, poderá recuperar lentamente, mas o crescimento será limitado devido às altas taxas de juros e às tensões comerciais”**.



Fernando de Mateo Venturini, co-coordenador do Diploma sobre Negociações Comerciais Internacionais do El Colegio de México

No caso do México, enfrenta um panorama misto. As perspectivas de crescimento são limitadas, com as projecções do FMI a oscilarem entre 1,3% e 1,5% para o próximo ano. Estes números reflectem limitações estruturais e dependência do comércio externo.

Embora o economista partilhe que o país ocupa o 11º lugar mundial em exportações e tenha desenvolvido uma infraestrutura avançada que o distingue na região, também destaca que enfrenta desafios internos. **“O México tem pontos fortes significativos, como a sua infraestrutura industrial e a sua posição estratégica dentro do USMCA (Tratado entre o México, os Estados Unidos e o Canadá), mas também enfrenta problemas como a baixa produtividade do trabalho e um setor informal muito grande”,** destaca. .

A nível político, as relações comerciais com os Estados Unidos também serão cruciais. A possível imposição de tarifas pelo governo dos EUA, numa tentativa de controlar a migração, poderá afectar seriamente o México e outros parceiros comerciais. Mateo Venturini alerta: **“se estas tarifas forem implementadas, sem dúvida o país mais afetado será o México, dado o seu nível de dependência do mercado dos EUA”.**

O futuro económico da América Latina dependerá da sua capacidade de implementar reformas profundas que resolvam os seus problemas estruturais e reforcem os seus pontos fortes. Espera-se que o desempenho de sectores-chave como a indústria transformadora e as exportações, bem como a evolução dos mercados internacionais, defina o rumo para o seu crescimento.



[ConStyling.com](https://ConStyling.com)

SAÚDE

BELEZA

CLICK

ESTILO ECOLÓGICO



# TENDÊNCIAS EM TECNOLOGIA BIOMÉTRICA PARA SEGURANÇA PREDIAL

*Escrito por: Estefani Rodríguez*

O mercado global de autenticação digital poderá atingir US\$ 8.8 bilhões até 2026.

**N**a busca de garantir a segurança em edifícios, sejam corporativos, residenciais ou governamentais, a tecnologia biométrica é está se consolidando como uma ferramenta fundamental. A sua capacidade de oferecer acesso rápido e seguro fez com que a sua adoção crescesse exponencialmente, surgindo novas tendências nesta área.

De acordo com a agência de pesquisa de mercado [ResearchAndMarkets](#), estima-se que o mercado global de autenticação biométrica atinja cerca de US\$ 8,8 bilhões até 2026, com um crescimento anual composto de 16.3%.



Miguel Arrañaga, diretor regional de vendas  
Bajío da [Hikvision México](#)

**“Avanços entusiasmantes no controle de acesso biométrico estão transformando o cenário da segurança. À medida que a tecnologia evolui, estas tendências tornam-se cada vez mais convenientes e seguras”,** afirma Miguel Arrañaga, diretor regional de vendas Bajío da Hikvision México.

Soluções como reconhecimento de íris e palma foram aperfeiçoadas, oferecendo segurança superior aos métodos tradicionais. O reconhecimento da íris utiliza características únicas do olho humano que são impossíveis de replicar. Enquanto isso, o reconhecimento da palma da mão analisa padrões de veias sob a pele, o que é ainda mais difícil de falsificar.

Além disso, os projetos modulares estão ganhando popularidade devido à sua adaptabilidade e economia. Estes sistemas permitem adicionar ou remover módulos como reconhecimento facial, leitores de códigos QR ou leitores de impressões digitais de acordo com as necessidades específicas de cada cliente. Essa abordagem não apenas melhora a funcionalidade, mas também garante escalabilidade para atualizações futuras.

A convergência de sistemas em edifícios é outra tendência importante. Segundo a Meticulous Research, o mercado de sistemas integrados de controle de acesso crescerá a uma taxa anual de 10,1% entre 2024 e 2031. Nas residências, a combinação de controles de acesso com videoporteiros cria experiências mais fluidas; já nos escritórios, a integração com sistemas como elevadores e telas publicitárias otimiza as operações e gera dados úteis.



“As soluções integradas combinam controle de acesso com sistemas de gerenciamento predial proprietários ou de terceiros, que abrangem segurança por vídeo, controle de elevadores, automação inteligente e muito mais. Também facilitam a gestão integrada de edifícios numa plataforma unificada, para que os subsistemas sejam interligados e geridos de forma coesa, melhorando a eficiência e a segurança”, explica Arrañaga.



Como última peça importante estão as soluções baseadas em nuvem. Esta modalidade oferece flexibilidade, escalabilidade e possibilidade de gestão remota de sistemas, adaptando-se às necessidades específicas das diferentes empresas.

A biometria está a redefinir o controlo de acessos em edifícios, tornando os espaços mais seguros, eficientes e personalizados. Com a constante evolução da tecnologia e a ênfase na proteção de dados, esta indústria continuará a crescer e a oferecer soluções inovadoras.

 **PLANETA  
EN VERDE**

**MAIS DE  
600  
ESPÉCIES DE PLANTAS  
DESAPARECERAM  
NOS ÚLTIMOS ANOS**

**Como evitá-lo?**  
**planetaenverde.com**



# BIOCHAR: UM ALIADO PARA A FERTILIDADE DO SOLO E A SECA

Este produto obtido a partir da biomassa otimiza a produção agrícola, mitigando também as emissões de gases de efeito estufa.



*Escrito por: Esperanza Aguilera*

**A**

agricultura enfrenta desafios cada vez mais complexos que ameaçam a segurança alimentar e a sustentabilidade dos ecossistemas. Erosão, perda de nutrientes e

a poluição são apenas algumas das dificuldades que os agricultores enfrentam. Dada esta situação, o biochar posiciona-se como uma solução eficaz para melhorar a qualidade do solo.

Esse material poroso semelhante ao carvão é obtido pelo aquecimento de resíduos orgânicos na ausência de oxigênio por meio de um processo conhecido como pirólise. O método permite transformar resíduos agrícolas, como cascas de nozes ou restos de culturas, em um produto com propriedades únicas para o solo. Ao submeter esses materiais a temperaturas controladas, o carbono presente é estabilizado quimicamente, formando uma estrutura porosa.



Andrés Chapa, CEO da Terra Prieta

**“Ao enterrar esse material, cria-se uma espécie de barragem microscópica que evita que água e nutrientes escapem para camadas mais profundas do solo. Isso beneficia as culturas, especialmente em regiões propensas à seca, ao reduzir a necessidade de irrigação e melhorar a resiliência.” do solo devido à sua porosidade”, explica Andrés Chapa, CEO da Terra Prieta.**

Além disso, acrescenta que **“quando os agricultores aplicam biochar, podem reduzir o uso de fertilizantes em até 40% e, ao mesmo tempo, melhorar a capacidade do solo de reter água, economizando até 25%, um recurso vital em países onde a disponibilidade de água é limitada.”**

O impacto do biochar não se limita à melhoria do solo. Também desempenha um papel crucial na mitigação das alterações climáticas. Como forma estável de carbono, o biochar pode permanecer no solo por centenas ou mesmo milhares de anos.

Em muitas práticas agrícolas tradicionais, os resíduos das culturas são frequentemente queimados ou deixados a decompor-se ao ar livre, libertando grandes quantidades de dióxido de carbono e outros gases nocivos para a atmosfera. **“O Biochar permite o aproveitamento responsável dos resíduos agrícolas, armazenando carbono no solo e evitando sua liberação na atmosfera, o que gera impacto positivo tanto no meio ambiente quanto na produtividade agrícola”,** afirma Chapa.

Apesar dos seus benefícios, a adoção do biochar enfrenta obstáculos em países como o México. “No país tentamos aproximar-nos dos pequenos agricultores, mas o custo da água não entra na sua equação económica”, afirma o CEO **“No entanto, em mercados como os Estados Unidos, onde a água tem um valor tangível, a aceitação tem sido muito mais velha”**, acrescenta.

Para superar esta barreira, foram promovidas iniciativas como o Instituto Latino-Americano Biochar, que busca educar os agricultores e promover o uso de tecnologias sustentáveis na região.

O uso de biochar remonta a práticas antigas. No entanto, hoje o seu potencial vai além da regeneração do solo. É uma peça fundamental na luta contra as alterações climáticas e uma solução tangível para construir um sistema agrícola mais resiliente e eficiente, adaptado aos desafios do século XXI.



**SEU  
CONCORRENTE  
NÃO SABE QUE  
RESERVAMOS  
ESTE ESPAÇO  
PARA  
VOCÊ MARCA**

**HOLA@GRUPOTHEPUBLIC.COM**



# GRUPO ANDERSON'S: 6 DÉCADAS DE SABOR E INNOVACIÓN

As suas estratégias de marketing e o compromisso com a excelência são o segredo do seu sucesso, que não se limita apenas à qualidade dos seus alimentos.

*Escrito por: Estefani Rodríguez*



**A**

gastronomia mexicana é um emblema cultural que combina tradição, criatividade e inovação. Ainda em 2010, foi

declarado Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO, o que não só atrai turistas ao país, mas também inspira chefs e empresários a mesclar o patrimônio culinário com as tendências contemporâneas.

O Grupo Anderson's, fundado em 1963 por Carlos Anderson, soube aproveitar esse setor e se catapultar há seis décadas como referência em gastronomia em suas respectivas categorias. Marcas icônicas como Señor Frog's, Porfirio's, Harry's, Ilios e Carlos'n Charlie's fazem parte do portfólio deste consórcio de restaurantes.



Tudo começou como um projeto ambicioso: transformar a forma como os mexicanos apreciam a comida. Hoje conta com mais de 50 estabelecimentos, 15 marcas e presença de destaque em destinos como Cancún, Playa del Carmen, Cidade do México e outros pontos turísticos importantes. Além disso, nos últimos 8 anos, foi vencedor de vários prêmios internacionais.

**“Este ano tivemos uma premiação muito grande em Bogotá, que é a premiação Latam Digital by Interlat, onde premiam as melhores campanhas de marketing e ganhamos sete prêmios. Depois há o World Best of the Best Awards, onde ganhámos na categoria de ‘Melhor Empresa de Marketing e Publicidade’, cuja cerimónia decorre ainda no dia 11 de dezembro no Dubai”,** afirma Carlos Castro, diretor de marketing do Anderson’s Group.

E uma das coisas que esta empresa mais se destaca é que ela não só oferece boa comida, mas também proporciona experiências. Os seus restaurantes caracterizam-se pelo ambiente festivo, pelo atendimento personalizado e pela aposta na hospitalidade que transforma um simples jantar num evento inesquecível.



**“Evitamos que nossas marcas sejam semelhantes entre si. Que o hóspede, por não termos clientes e sim hóspedes, consiga distinguir que cada um tem um valor ou um diferencial distinto dos demais. Por exemplo, na Ilios quebramos pratos todas as noites no estilo grego, que é exclusivo daquela marca”,** explica Castro.

Além da cozinha, o grupo também se adapta constantemente às tendências e inovações do mercado. **“Lançamos um cardápio com realidade aumentada que você pode escanear com um QR code e ver os pratos antes de pedir, com a proporção exata e tudo mais. Tenho convicção de que as novas tecnologias são o futuro e quem não embarcar no trem ficará para trás”**, finaliza o executivo.

Com planos de crescimento nacional e internacional, o Grupo Anderson's posiciona-se como um exemplo de negócio na área gastronômica. O seu sucesso não reside apenas em oferecer comida de qualidade, mas em transformar cada visita numa experiência única e memorável, apoiada em estratégias de marketing inovadoras e num profundo compromisso com a excelência.



# Premios #LATAMDIGITAL 2024

## Grupo Anderson's

- Melhor campanha de marketing e conversão
- Melhor campanha de engajamento
- Melhor caso de uso de realidade aumentada
- Melhor projeto em educação e formação digital
- Melhor campanha de automação de marketing
- Melhor projeto para transformação de negócios
- Melhor estratégia de fidelidade digital



**Aqui são criados produtos que mantêm você longe do médico**



# ESPELHOS INTELIGENTES: A NOVA CARA DA PUBLICIDADE INTERATIVA

Os ginásios têm sido o local preferido para este tipo de publicidade e prometem uma média de 2.000 impactos diários por espelho instalado.

*Escrito por: Estefani Rodríguez*



**O**s consumidores de hoje muitas vezes consideram a publicidade tradicional como perturbadora e invasiva. Mas com avanço da tecnologia, a indústria publicitária está quebrando os padrões e entre as inovações mais notáveis está o uso de espelhos inteligentes, dispositivos que buscam captar a atenção de forma criativa e personalizada.

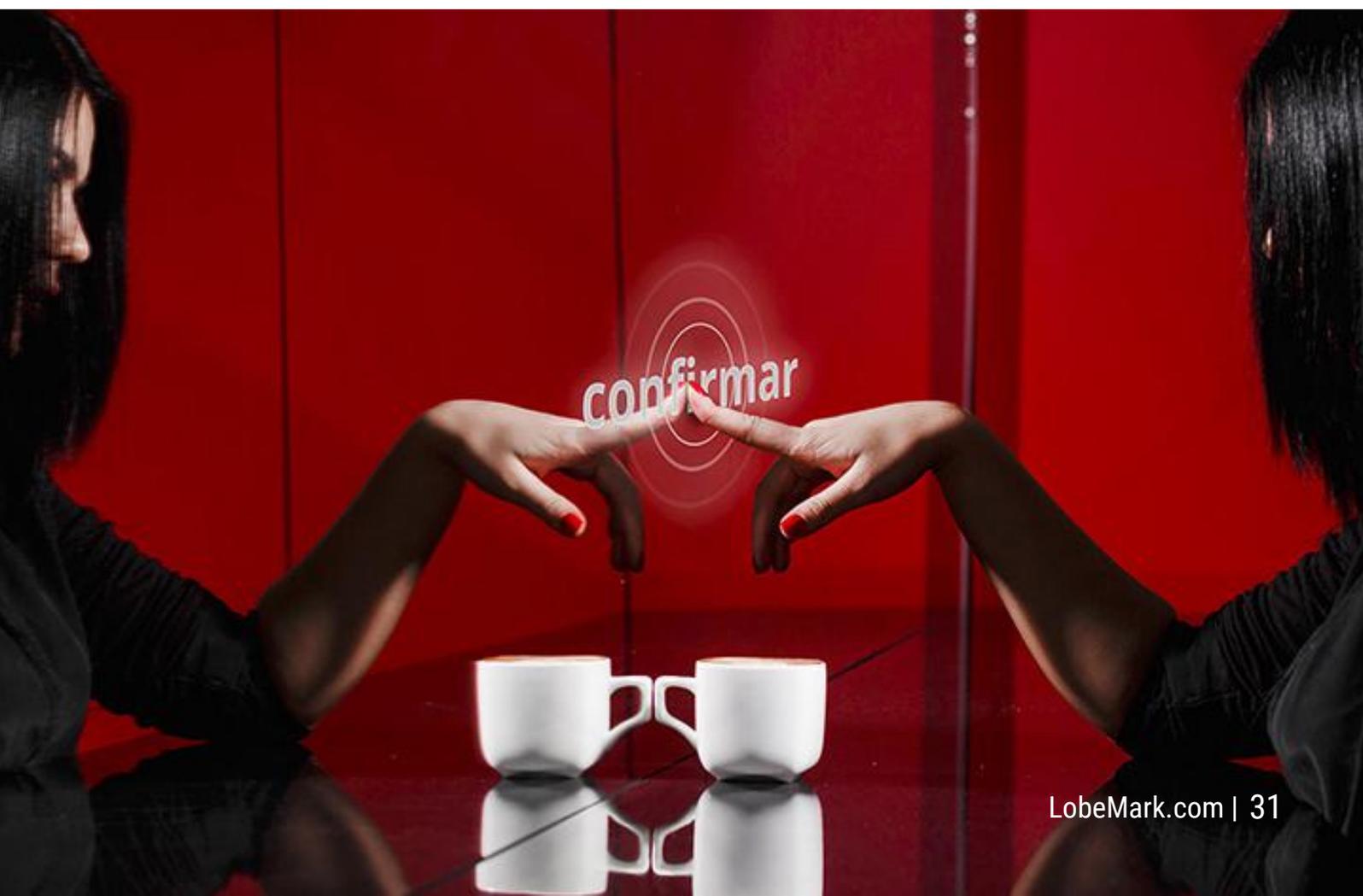
“A publicidade já é bastante intrusiva e não traz nenhum elemento que beneficie o usuário, por isso há muitos cartazes que passam despercebidos porque começam a incomodar; a ideia é desenvolver novas mídias”, afirma Oscar Sanroman, CEO e cofundador da AD MIRROR.

Os espelhos inteligentes integram uma superfície reflexiva com tecnologia digital, como telas sensíveis ao toque, sensores de movimento e conectividade à Internet. Esses sistemas, populares em ambientes como academias, vestiários e salões de beleza, começaram a ganhar força no mundo do marketing e da publicidade devido à sua capacidade de entregar conteúdo interativo e relevante.

Um estudo da AD MIRROR revela que 7 em cada 10 pessoas que usam os seus espelhos inteligentes acham-nos fascinantes, enquanto apenas 1 em cada 10 permanece indiferente. Além disso, 9 em cada 10 utilizadores aceitam estes dispositivos como uma parte natural do ambiente do ginásio.

**“As pessoas não veem precisamente como publicidade intrusiva porque é um elemento que elas utilizam, ou seja, não só é um ecrã que não tem outra utilidade senão ter impacto publicitário, mas o utilizador utiliza essa ferramenta dentro do ginásio”,** ele menciona.

É importante destacar que a tecnologia avançada destes espelhos permite o upload e a programação remota de conteúdos multimédia, uma capacidade que ultrapassa a sinalização tradicional. Além disso, oferece métricas detalhadas sobre o número de pessoas que viram um anúncio, a duração da exposição e dados do público, como sexo, faixa etária e humor.



**“Com o tempo desenvolvemos coisas mais avançadas como softwares que nos permitem controlar tudo remotamente e conhecer os impactos. Portanto, sabemos que a conversão de pessoas que passam na frente do espelho e de pessoas que olham o anúncio é de 42%. Essas informações, atualizadas em tempo real, são compartilhadas com os clientes, atingindo uma estimativa de 2 mil impactos diários por espelho instalado em sua rede de parceiros”,** compartilha o CEO.

À medida que os consumidores exigem experiências mais personalizadas, os espelhos inteligentes posicionam-se como um canal inovador e envolvente para captar a sua atenção. Com o equilíbrio certo entre criatividade, tecnologia e ética, estes dispositivos poderão redefinir o conceito de publicidade interactiva.



Espelho Transparente

# THEPUBLIC

NANOINFLUENCIADORES  
**COM**  
MACROENGAJAMENTO

[grupothepublic.com](http://grupothepublic.com)



# ACIDENTES DE TRÂNSITO CEIFAM MAIS DE 15 MIL VIDAS POR ANO NO MÉXICO

*Escrito por: Esperanza Aguilera*

O país busca transformar o modelo urbano, priorizando a inclusão viária para criar cidades mais acessíveis e seguras.

Plano de Mobilidade Ativa do Distrito Valle Oriente por Patronato Distrito Valle Oriente A.C.

**A**

pesar dos avanços no desenho urbano no México, as cidades ainda enfrentam grandes desafios para garantir a infraestrutura inclusivo e eficiente. Problemas como a falta de espaços adequados para pedestres e ciclistas, a dependência de automóveis particulares e os elevados custos sociais e ambientais tornam evidente a necessidade de transformação do planejamento urbano.

A urbanização historicamente priorizou o uso veicular em detrimento de outros meios de transporte. As cidades são projetadas para carros, deixando milhões de pessoas para trás. No entanto, esta estratégia revelou-se contraproducente: os problemas de trânsito estão a tornar-se mais graves, a poluição aumenta e os acidentes rodoviários continuam a ser uma das principais causas de morte.

**“Enfrentamos décadas de uma visão que priorizou as ruas exclusivamente para o tráfego automóvel. Mas isto está a mudar gradualmente e há uma consciência crescente sobre a importância de transformar as ruas em espaços integrais.”**



Bernardo Baranda, diretor para América Latina do ITDP (Instituto de Políticas de Transportes e Desenvolvimento)

comenta Bernardo Baranda, diretor para América Latina do ITDP (Instituto de Políticas de Transportes e Desenvolvimento).

Cada pessoa perde entre 76 e 219 horas por ano presa no trânsito, o que equivale a um custo social de 1,2% do PIB nacional, segundo dados do ITDP. Por outro lado, o Conselho Nacional de Prevenção de Acidentes (CONAPRA) informa que os acidentes de trânsito ceifam em média 15.900 vidas por ano, tornando-se a segunda causa de morte entre jovens entre 15 e 29 anos.

**“Um dos principais desafios da urbanização das ruas no México é alcançar um equilíbrio entre acessibilidade, segurança e sustentabilidade, em meio à rápida expansão urbana”**, afirma Alejandro Vares Leal, vice-presidente de infraestrutura e governo da Cemex no México. Destacando também que muitas áreas carecem de infraestrutura adequada para pedestres e ciclistas, bem como de espaços verdes que melhorem o ambiente urbano.

Por esta razão, o ITDP, em colaboração com a Cemex e a Autodesk, criou o projeto **“Melhores Ruas para o México”**. Esta iniciativa busca transformar as ruas mexicanas em ruas completas, ou seja, espaços onde se priorize a mobilidade das pessoas mais vulneráveis e se incentive a convivência segura entre os diferentes usuários das vias.



Alejandro Vares Leal, vice-presidente de infraestrutura e governo da Cemex no México

**“Devemos também pensar nas ruas como locais de encontro de pessoas. As cidades são projetadas para caminhar, conviver e desfrutar de espaços como parques. Em outros tempos, a otimização do fluxo de veículos foi priorizada, mas agora, diante dos problemas atuais, entendemos que nem sempre esta é a melhor solução. É mais importante pensar em sistemas de transporte público eficientes e em um desenho urbano que favoreça a convivência e o bem-estar”**, afirma Baranda.

Este ano, em sua edição de 2024, **“Melhores Ruas para o México”** recebeu 36 projetos de 15 estados em um concurso que incentiva governos locais e organizações civis a apresentarem propostas de desenho urbano que promovam a sustentabilidade, a inclusão social e a acessibilidade universal.

Mudar o paradigma da urbanização no México está promovendo uma mudança cultural em direção a cidades mais humanas,

onde a qualidade de vida das pessoas melhora. Só assim poderemos construir um ambiente urbano que responda às necessidades atuais e antecipe os desafios do futuro.

**“Esperamos que esta iniciativa impulse uma transformação que vá além de melhorias nas infraestruturas, promovendo uma mudança na forma como os cidadãos vivem e se relacionam com o seu ambiente”,** conclui Vares Leal.



Conclua a Rua Lopez Mateos pela Câmara Municipal de Ahome.

# A LIOFILIZAÇÃO COMO SOLUÇÃO PARA A CRISE ALIMENTAR GLOBAL

Este método de preservação pode ser a chave para responder à crescente procura de alimentos e reduzir o desperdício alimentar.

*Escrito por: Esperanza Aguilera*

**D** de acordo com a Organização para Alimentação e Nutrição das Nações

Unidas na Agricultura (FAO), cerca de 30% dos alimentos produzidos em todo o mundo são perdidos devido a métodos inadequados de conservação e distribuição, enquanto as comunidades em crise enfrentam dificuldades no acesso a alimentos básicos. No entanto, a liofilização, um processo de conservação avançado, está a ganhar destaque como uma solução viável para enfrentar os desafios alimentares do futuro.

Esse processo consiste em congelar os alimentos e posteriormente reduzir a pressão para eliminar a água por sublimação, ou seja, transformar o gelo diretamente em vapor sem passar pelo estado líquido.



Alfredo de Vanna, CEO da Krispy Freeze

Ao contrário de outros métodos de conservação, como o enlatamento ou a secagem tradicional, a liofilização mantém quase 97% dos nutrientes originais e preserva os alimentos por mais tempo. “Existem vários métodos de conservação, mas este tem vantagens significativas. Um alimento liofilizado pode ser armazenado por até 25 anos sem a necessidade de conservantes, se estiverem reunidas as condições adequadas”, detalha Alfredo De Vanna, CEO da Krispy Freeze.

Além disso, um dos principais benefícios deste método é a sua capacidade de garantir alimentos de alta qualidade em condições extremas. Embora tenha sido amplamente utilizado na indústria aeroespacial e em expedições científicas, De Vanna destaca o seu potencial de aplicação em situações de emergência, como desastres naturais ou crises humanitárias.



**“Um alimento liofilizado pode reduzir seu peso em até 90% e não precisa de refrigeração. Em termos de sustentabilidade, podemos destacar que levar este tipo de alimentos a comunidades remotas ou em crise tem uma pegada de carbono consideravelmente menor. Em desastres naturais, carregar uma caixa de alimentos liofilizados pode equivaler a ter dez vezes mais alimentos em comparação com outros métodos de conservação”, afirma o CEO.**

No entanto, este procedimento não é isento de desafios. A infra-estrutura necessária para realizar o processo é cara e requer equipamentos especializados de alta tecnologia. Da mesma forma, o consumo de energia é elevado, o que levanta questões sobre a sua sustentabilidade em países com recursos limitados ou problemas de acesso à energia.

**“Os custos são altos, mas é importante pensar também que o benefício para a saúde é maior, porque você tem alimentos sem conservantes e que conservam melhor os nutrientes”**, menciona.



Acrescentando ainda que, embora um dos grandes problemas seja o consumo de energia, trata-se de avançar nele e encontrar uma forma de torná-lo mais sustentável: **“No Panamá temos muito sol. Queremos que nossas fábricas sejam sustentáveis e ecologicamente corretas por meio de energia renovável.”**

A liofilização é uma alternativa promissora para o futuro e uma ferramenta estratégica para resolver os problemas atuais. Se as barreiras tecnológicas e econômicas forem ultrapassadas, este método poderá ser fundamental para a construção de um sistema alimentar mais resiliente e sustentável nas próximas décadas.



### Liofilização



### Congelando



### Desidratação tradicional



### Preservação enlatada

#### Duração da Conservação



Entre **15 a 25 anos** com embalagem hermeticamente fechada.

De **6 a 12 meses** dependendo do tipo de alimentação.

**6 meses a 2 anos**, se armazenado corretamente.

Entre **1 e 5 anos**, dependendo da embalagem e condições de armazenamento.

#### Retenção nutricional



Conserva até **97% de vitaminas** e antioxidantes.

Perde **entre 10 e 20% das vitaminas** sensíveis ao frio, como C e B.

Perde **30 a 50% dos nutrientes** devido ao calor.

**Redução de 20-50% de vitaminas** sensíveis ao calor, como C.

#### Peso final



**Reduz seu peso** em até 90%. É ideal para armazenamento e transporte.

**Mantém o peso inicial**, ocupa mais espaço e é mais pesado.

**Peso reduzido entre 50 a 70%**, dependendo do teor inicial de água.

**Peso elevado** devido ao recipiente metálico e ao conteúdo líquido.

#### Aplicativos



Ideal para **frutas, legumes, laticínios, carnes** e pratos preparados.

Recomendado para **carnes, peixes e produtos líquidos** ou sensíveis ao calor.

Usado principalmente para **frutas, vegetais e ervas**.

**Alimentos básicos, refeições completas** e molhos.

Informações compiladas com base em estudos da Penn State University e relatórios da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO).

# HISTÓRIA E ESPIRITUALIDADE NO MOSTEIRO DE SANTA CATALINA

Este lugar transporta os visitantes através dos séculos, com uma atmosfera de paz que contrasta com a agitada vida moderna de Arequipa.

SILENCIO

*Escrito por: Estefani Rodríguez*

O

Mosteiro de Santa Catalina é um lugar onde o tempo parece ter parado. Fundado em 1579 e localizado na cidade de Arequipa, este complexo arquitetônico de mais de 20.000 metros quadrados é uma das maiores atrações turísticas do Peru e uma das relíquias religiosas mais bem preservadas da América do Sul.



Sua história está intimamente ligada às famílias coloniais da cidade de Arequipa. Foi fundado pela viúva María de Guzmán, que decidiu dedicar a sua vida à religião e estabelecer um local de retiro espiritual para jovens da alta sociedade.

Inicialmente, o mosteiro permitia uma vida confortável às freiras, que tinham empregadas domésticas e viviam rodeadas de luxo. Porém, no século XIX, sob a influência do Arcebispo José Sebastián de Goyeneche, a vida em Santa Catalina mudou radicalmente. Foi imposto um regime de pobreza e silêncio, mais de acordo com as regras da vida monástica, e muitos dos confortos foram eliminados.



María de Guzmán



O mosteiro é uma verdadeira cidade dentro da cidade. Suas ruas internas, com nomes como Calle Sevilla e Calle Córdoba, refletem a influência espanhola e estão repletas de paredes coloridas em vermelho, azul e branco. Ao entrar, os visitantes são recebidos pelo Patio del Silencio, espaço que convida à reflexão e simboliza o propósito espiritual das freiras que habitavam o local.

Um dos pontos mais impressionantes do passeio é o Claustro dos Noviços, espaço destinado aos jovens aspirantes que se preparavam para ingressar na vida religiosa. As paredes, decoradas com afrescos e murais da época, mostram o processo de iniciação das freiras, que passaram por um rigoroso período de formação espiritual.





A arquitectura deste local tem influências mouriscas nos arcos e na disposição dos pátios e claustros. A cor das paredes, combinada com a pedra vulcânica "sillar" característica de Arequipa, cria uma atmosfera mágica. Cada recanto do mosteiro tem detalhes únicos: antigas fontes de pedra, jardins bem cuidados e celas austeras que falam da vida simples das freiras.

Além disso, no seu interior é possível observar diversas peças de arte colonial, incluindo pinturas da escola de Cusco, que mostram cenas religiosas com uma estética muito particular. Estes elementos artísticos complementam a arquitectura, criando um espaço onde a arte e a devoção se fundem em perfeita harmonia.

De referir que foi em 1970 que abriu as suas portas ao público, permitindo aos visitantes descobrir a riqueza histórica do local. Devido a um excelente restauro, depois de alguns terremotos, hoje é possível percorrer grande parte do recinto, que preserva em perfeito estado as suas paredes, pátios e jardins.

A visita a este mosteiro é muito mais que um passeio turístico; É uma experiência que permite entrar no mundo espiritual de mulheres que dedicam suas vidas à oração em um espaço de impressionante beleza. Para quem visita Arequipa, visitar Santa Catalina é uma parada obrigatória que deixa uma marca profunda de paz.

# AS PRINCIPAIS CRIPTOMOEDAS DE 2024

Nome	Ícone	Símbolo	Descrição	Capitalização de mercado
Bitcoin	BTC		A primeira criptomoeda do mundo e a de maior capitalização de mercado.	1 371 658 858 620 dólares americanos
Ethereum	ETH		Segunda criptomoeda mais popular, permite realizar transações de compra e venda.	419 581 548 453 dólares americanos
Amarração	USDT		É estável porque é apoiado por moedas fiduciárias como o dólar americano.	104 493 639 187 dólares americanos
Moeda Binance	BNB		É a criptomoeda oficial da casa de câmbio Binance, considerada uma das dez mais valorizadas.	86 754 301 670 dólares americanos
Solana	SOL		Moeda virtual com alta velocidade de transação e baixo custo.	86 026 906 609 dólares americanos



# AS PRINCIPAIS CRIPTOMOEDAS DE 2024

Nome	Ícone	Símbolo	Descrição	Capitalização de mercado
Ondulação	XRP		Plataforma de código aberto que facilita transações rápidas e econômicas.	33 694 628 474 dólares americanos
Moeda USD	USDC		Stablecoin apoiado pelo dólar americano.	32 687 788 820 dólares americanos
Dogecoin	DOGE		Memecoin com maior capitalização de mercado (derivado do Bitcoin).	29 513 611 937 dólares americanos
Cardano	HÁ		Notável por seu foco em segurança e sustentabilidade.	22 078 615 888 dólares americanos
Avalanche	AVAX		É uma plataforma blockchain altamente escalável e rápida, projetada para executar contratos inteligentes.	19 438 948 736 dólares americanos



# ARTE QUE FLORESCE E SE INSPIRA NA ESSÊNCIA DA NATUREZA

O artista Lorenzo Durán descobriu nas folhas das árvores uma tela cheia de possibilidades.

*Escrito por: Esperanza Aguilera*



**Lorenzo M. Durán**, natural de Cáceres, Espanha, construiu um universo artístico único onde a natureza e a arte se entrelaçam de formas surpreendentes. Este criador autodidata inspirou-se numa folha mordiscada por uma lagarta e, desde então, o seu trabalho floresceu com uma técnica meticulosa: o corte de folhas.

**“Desde pequeno a tinta sempre esteve em minha casa”**, diz ele, lembrando da influência inicial do pai. Porém, a vida o levou primeiro à construção, ramo em que atuou até que, ao ficar desempregado em 2006, encontrou a arte na beleza da natureza.

Sua transição o levou primeiro à pintura e à ilustração e, eventualmente, ao trabalho meticuloso de recortar desenhos nas folhas das árvores. Observando um inseto se alimentando de uma folha, Durán sentiu a centelha que o levaria a redefinir seu estilo. **“De tanto olhar, me veio a ideia, deixei de lado os pincéis e comecei a cortar primeiro o papel e depois sair”**, conta.

Porém, sua arte não se limita ao visual; Suas criações transmitem emoções humanas profundas. Como ele mesmo explica, as folhas têm **“dois lados, um voltado para a luz e outro voltado para a sombra”**, simbolismo que utiliza para explorar temas como as alegrias e os medos do ser humano.



A ligação de Durán com o meio ambiente é profunda e esta proximidade deu-lhe não só inspiração, mas também uma mensagem que tenta transmitir através das suas obras. **“Tenho feito alguns trabalhos que buscaram conscientizar sobre a natureza. O fato de trabalhar com elementos naturais carrega intrinsecamente uma mensagem de respeito ao meio ambiente”**, comenta.



O seu processo criativo é marcado pela serenidade do campo, onde surgem muitas das suas ideias. **“Gosto de passear no campo, é onde encontro o brilho”**, afirma. Para ele, os passeios ao ar livre são uma espécie de ritual onde se conecta com a sua imaginação, que depois se materializa no seu atelier através do corte e design de cada peça.



O percurso artístico de Durán é, nas suas palavras, uma aprendizagem constante. Ele garante que cada obra o transforma e o leva a novas descobertas sobre si mesmo e sobre o mundo natural que busca representar e proteger. **“Você é como uma maçã, amadurece até cair, mas nunca para de aprender”**, reflete. Além disso, o artista explora outros materiais e técnicas naturais como a arte ambiental, integrando elementos como cascas e pedras em seus projetos.



Seu trabalho já foi exposto na Europa e nos Estados Unidos, onde encontrou grande receptividade. Com um futuro repleto de projetos, Durán olha para a América Latina como uma nova fronteira para suas próximas exposições. Claro que a sua carreira e sensibilidade artística continuarão a inspirar quem se aproxima da sua arte.



# Principais diferenças entre empresa e empreendedorismo



## Empresa

Estrutura hierárquica estabelecida e complexa.

Gerar rentabilidade e estabilidade a longo prazo.

Grande, com mais funcionários e estrutura complexa.

Menos foco na inovação, otimize o que existe.

Focado em produtividade e otimização de tempo.

Risco controlado e decisões calculadas.

## Aspecto

Organização

Objetivo principal

Tamanho

Inovación

Liderança

Risco



## Empreendedorismo

Estrutura inicial simples, crescendo com o projeto.

Posicione-se e destaque-se no mercado.

Pequeno, com poucos recursos e pessoal.

Alta inovação e diferenciação.

Liderança colaborativa e criativa.

Alto risco focado no posicionamento.

# Principais diferenças entre empresa e empreendedorismo



## Empresa

Sucesso baseado na rentabilidade económica.

Horários fixos e estruturados.

Planos estratégicos adaptados aos mercados estabelecidos.

Baseado em soluções rentáveis e estudos de mercado.

Dedicação intensa, horários flexíveis e sem descanso.

Impulsione a estabilidade e expansão financeira.

## Aspecto

Visão de sucesso

horário de trabalho

Estratégia

ideia de negócio

Tempo

Motivação principal



## Empreendedorismo

Sucesso baseado na satisfação e objetivos alcançados.

Horário flexível, ótimo investimento de tempo.

Abordagem criativa e busca de novas oportunidades.

Foco em ideias diferenciadas e personalizadas.

Agenda estruturada e otimização de tempo.

Paixão por inovar e fazer a diferença.

# PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO SETOR DE PUBLICIDADE PARA A AMÉRICA LATINA

A Advertising Week LATAM 2024 explorou o impacto da inteligência artificial, da geração Z e da sustentabilidade na publicidade.



ADVERTISING  
WEEK **LATAM**



*Escrito por: Esperanza Aguilera*

**A** Cidade do México sediou a Advertising Week LATAM 2024, um dos eventos mais importantes do setor publicitário da América Latina. O congresso reuniu líderes de marcas, agências, mídia e tecnologia em um espaço para troca de ideias e

exploração de tendências que definirão o futuro do mundo criativo.

Com mais de 100 sessões, o evento abordou as diferentes tendências que marcam a indústria publicitária como a inteligência artificial (IA), o futuro dos meios de comunicação tradicionais e o impacto das plataformas emergentes.

**“Há muitas tendências que estão transformando a indústria publicitária, mas acho que as que mais veremos em breve serão a criação de conteúdo em diferentes plataformas e obviamente a inteligência artificial. Fala-se cada vez mais sobre isso e está se tornando realidade”,** detalha Sebastián Patrón, diretor da Advertising Week Latam.

Palestrantes destacados como Alejandro Narro, CEO da DG73, e José Rivera y Piérola, CEO da Circus Grey, discutiram como as marcas podem se adaptar à evolução do comportamento do consumidor, especialmente em um ambiente cada vez mais digital e focado na sustentabilidade.

Um dos temas centrais foi o papel da IA na publicidade. Os especialistas salientaram como esta tecnologia está a transformar a criatividade publicitária com ferramentas que ajudam as marcas a personalizar mensagens em grande escala e a gerar conteúdos de forma eficiente.

Da mesma forma, as redes sociais tiveram papel de destaque na pauta, principalmente em relação à geração Z, que está redefinindo as narrativas publicitárias, buscando autenticidade e valores alinhados ao compromisso social.



Sebastián Patrón, diretor da Advertising Week Latam

**“Um dos aspectos mais importantes é a responsabilidade social. Estamos esgotando os recursos do planeta enquanto nos concentramos apenas no ROI e nos investimentos. No entanto, todos podemos contribuir a partir da nossa posição e fazer a diferença. Acredito firmemente que isto é algo de que as novas gerações estão muito conscientes e que devemos aprender com elas. É uma tendência que cresce fortemente e que todos podemos aplicar aqui”,** afirma Alejandro Narro.

Notavelmente, o evento apresentou a iniciativa **“Futuro é Feminino”**, um reconhecimento do impacto das mulheres na indústria. Este prêmio homenageou mulheres líderes que estão a revolucionar a publicidade com abordagens inovadoras e estratégicas, sublinhando a importância da inclusão e da diversidade num mercado competitivo.

Além disso, a Advertising Week LATAM 2024 se destacou pelas ativações de marcas.

**“Temas muito relevantes foram abordados por meio de apresentações de pessoas com realizações marcantes. Há também muitas oportunidades a explorar, especialmente em termos de networking”**, comenta Marco Muñoz, CEO da Atomikal.

O fórum encerrou com um apelo à ação: inovar sem perder de vista os valores fundamentais da publicidade. A convergência de tecnologia, criatividade e compromisso social será fundamental para o sucesso das marcas no futuro. Este evento deixou uma marca significativa, posicionando-se como um fórum indispensável para quem busca liderar a transformação da indústria publicitária na região.



A modern, multi-story building with a grid-like facade of windows and balconies. The image is overlaid with a semi-transparent white rectangle containing the title text. The background is a bright yellow gradient.

# **AS MELHORES ESCOLAS DE NEGÓCIOS COM LIDERANÇA EMPRESARIAL**

# CLASSIFICAÇÃO

## ESCOLAS DE NEGÓCIOS

4

2

1

3

5

STANFORD  
BUSINESS

INSEAD



Harvard  
Business  
School

IESE  
Business School  
University of Navarra

LONDON BRIDGE  
BUSINESS SCHOOL

**Escola de Pós-Graduação em Administração de Empresas de Stanford (EE.UU.)**

Inovação e empreendedorismo com avanços em inteligência artificial aplicada.

**INSEAD (França / Singapura)**

Liderança global com estudantes diversos e orientação multinacional.

**Escola de Negócios de Harvard (EEU)**

MBA Global com metodologia de case e foco em liderança digital.

**IESE Business School (Espanha)**

Ética empresarial e responsabilidade social com renomado MBA Executivo.

**Escola de Negócios de Londres (Reino Unido)**

Diversidade acadêmica e pesquisa global, classificada entre as 10 melhores do mundo.

# CLASSIFICAÇÃO

## ESCOLAS DE NEGÓCIOS

9

 **Columbia Business School**

**Escola de Negócios de Columbia (EUA)**  
Tradição e excelência acadêmica como referência na Ivy League.

7

 **MIT MANAGEMENT SLOAN SCHOOL**

**Escola de Administração do MIT Sloan (EE.UU.)**  
Tecnologia e sustentabilidade e, em destaque na economia digital.

6

 **LONDON BRIDGE BUSINESS SCHOOL**

**Escola de Negócios de Londres (Reino Unido)**  
Diversidade acadêmica e pesquisa global, classificada entre as 10 melhores do mundo.

8

 **Wharton**  
UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA

**Escola Wharton (EUA)**  
Finanças e análise de dados, classificada entre as 3 melhores do mundo.

10

 **SDA Bocconi**  
School of Management

**IASD Bocconi (Itália)**  
Reconhecido na Europa pela tripla acreditação e excelentes programas executivos.

# PUBLICIDADE, CONSCIENTE É A CHAVE PARA CONECTAR

*Escrito por: Esperanza Aguilera*



Os jovens de hoje exigem valores autênticos, por isso as empresas devem combinar empatia e responsabilidade social.

**A**

s novas gerações exigem algo mais do que produtos ou serviços; Buscam se conectar com valores, empatia e causas sociais.

Neste cenário, os anunciantes e criativos têm uma responsabilidade fundamental: desenhar campanhas conscientes que não apenas promovam as marcas, mas também gerem um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.

Isto implica trabalhar a partir de uma abordagem ética e humana. **Miriam del Real Manzur**, diretora geral de criação do Grupo Licuadora, destaca a importância de transformar a empatia em um “bem valioso”. “Nós, criativos, temos a capacidade de criar conexões relevantes. Podemos usar isso para criar uma tendência”, comenta.

Esta ideia procura que as marcas, além de gerarem experiências memoráveis, também contribuam com valor para a sociedade. Del Real propõe que agências e empresas integrem objetivos de responsabilidade social como parte de seu planejamento estratégico, com indicadores específicos para medir seu impacto positivo.

E o aumento da responsabilidade social entre os millennials e a geração Z responde a uma mudança cultural. Para eles, autenticidade e comprometimento são fundamentais. Como explica del Real, “as marcas que ignoram esta tendência correm o risco de perder relevância, pois os consumidores procuram agora um propósito e não apenas funcionalidade”.





Contudo, a ética não deve limitar-se à mensagem externa das marcas. A verdadeira mudança começa dentro das organizações. Segundo o diretor de criação, a liderança humana que estimula a empatia nas equipes melhora o ambiente de trabalho e fortalece a conexão com o público. **“Pessoas não são números. Conhecer os colaboradores como seres humanos pode transformar os resultados do negócio”**, acrescenta.

Um exemplo desta filosofia está refletido na campanha **“Que cão”**, na qual o Grupo Licuadora está atualmente a trabalhar. Este projeto visa combater o abuso de animais, especialmente em comunidades vulneráveis. Além de conscientizar sobre a situação dos animais vadios, a iniciativa busca integrar as comunidades em um esforço coletivo que transforme seu ambiente.

Para del Real, o papel dos anunciantes não é apenas promover estas ideias, mas também normalizá-las nas práticas da indústria. Enfatiza a importância de promover a empatia e o humanismo desde equipes criativas até líderes de marca. **“Trata-se de colocar o tema no mapa, transformá-lo primeiro em tendência e depois em hábito que permeia todas as estratégias publicitárias”**, afirma.

Nesta perspectiva, a publicidade e o marketing têm uma oportunidade única de liderar uma mudança rumo à responsabilidade total, que integra o ético e o humano em cada decisão empresarial. **“Por maior que seja o progresso, quem move o mundo são as pessoas”**, finaliza o executivo.

LICU  
ADORA



[licuadoragroup.com](http://licuadoragroup.com)

# CENTROS COMERCIAIS PREPARAM-SE PARA UM NATAL MAIS VERDE

*Escrito por: Estefani Rodríguez*

**As tendências em decoração sustentável visam minimizar o uso de recursos e reaproveitar materiais.**



**N**a época do Natal, os centros comerciais enchem-se de luzes, árvores e decorações que procuram captar a atenção de milhares de visitantes.

No entanto, a crescente preocupação com o ambiente tem levado muitos destes espaços a repensar a sua abordagem à decoração, optando por opções mais sustentáveis.

Hoje, esses espaços comerciais utilizam elementos reciclados, naturais e biodegradáveis. Esta tendência não só contribui para a conservação ambiental, mas também gera um impacto positivo na imagem das empresas e na experiência do consumidor final.

As árvores artificiais de PVC, por exemplo, estão sendo substituídas por estruturas de madeira recicladas ou reaproveitadas. Esse tipo de árvore pode ser desmontado e armazenado para safras futuras, reduzindo a geração de resíduos a cada ano. Além disso, algumas instalações optam por árvores naturais em vasos, que podem ser transplantadas no final da temporada de férias.



Foto de CartonLab

A iluminação também é um aspecto fundamental na decoração. A tecnologia LED, que consome até 80% menos energia elétrica e tem maior vida útil, ganhou popularidade nas áreas comuns dos shopping centers. Além disso, é promovido o uso de temporizadores para que as luzes se apaguem em horários específicos, reduzindo o consumo de energia fora dos horários de pico.

As decorações feitas com materiais reciclados, como papel, papelão e têxteis, estão em alta. Guirlandas de papel, decorações de madeira e tecido e guirlandas feitas de galhos secos e pinhas oferecem uma estética rústica e aconchegante. Além disso, esses materiais podem ser reciclados ou compostados, minimizando o impacto ambiental.

Além disso, alguns centros passaram a incluir estações interativas que mostram a importância do cuidado com o meio ambiente. Estas áreas educativas convidam os visitantes a refletir sobre práticas sustentáveis e a tomar consciência da reciclagem, da poupança de energia e do consumo responsável.

Um caso que exemplifica estas tendências é a iniciativa da empresa Klépierre, em Espanha, que no ano passado iniciou uma campanha nos seus centros comerciais para promover a sustentabilidade. Focados na utilização de materiais ecológicos e tecnologias de baixo consumo, conseguiram reduzir em média 25% o consumo de energia nos seus sete centros comerciais espalhados pelo país.

O Natal pode ser o cenário perfeito para lembrar que as festas também podem ser celebradas de forma amiga do ambiente. Apostar na decoração ecológica é um passo importante para mostrar que celebração e responsabilidade podem andar de mãos dadas.



# THEPUBLIC

Publicitários

NÓS  
ENTENDEMOS  
O SEU  
PÚBLICO

+52 1 56 2774 1902

[HOLA@GRUPOTHEPUBLIC.COM](mailto:HOLA@GRUPOTHEPUBLIC.COM)

**V**ivir  
tec

**O principal limite que a IA terá será a  
imaginação humana.**

**vivirtec.com**

THE PUBLIC

# anuncie conosco

[hola@grupothepublic.com](mailto:hola@grupothepublic.com)

RADIO  
THE  
PÚBLIC



Cobertura **Noticiosa**

Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

**CON PODERES**

**MEGAMETROPOLI**

COMUNICACION Y **+AS**

**NR** Nucleo **Rural**

**Con Styling.**

Noticiero **E**