

THE PUBLIC

Edición 6 Febrero 2024

Grupo **ThePublic.com**

ENTREVISTA

LINA LOPERA, COUNTRY
MANAGER DE TOUS MÉXICO

TECNOLOGÍA

Revolución
energética en
América Latina

TENDENCIAS

Nuevas
perspectivas para
el nearshoring

LABOR SOCIAL

Inclusión social y
económica para
mujeres vulnerables

Grupo **ThePublic.com**

EDICIÓN ANTERIOR



Entrevista a uno de los íconos de la publicidad, Humberto Polar. Y más artículos.



Directora
Nayla López

Editora
Estefani Rodríguez

Redactores
Kory Nacif
Pilar Astupiña
Esperanza Aguilera

Dirección de arte
Andrea García

Desarrollo y Tecnología
Pierre Santos

ÍNDICE

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



6 SEGURIDAD 360°: CIFRADO Y CONTROL EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Fortalecer la seguridad en las plataformas de mensajería instantánea es esencial en un entorno empresarial moderno.

CLUB DE EMPRESAS

10 5 TENDENCIAS EN PAGOS DIGITALES PARA 2024

La empresa global de análisis y datos, LexisNexis Risk Solutions, nos brinda las últimas novedades sobre el ecosistema de pagos, aptos para cualquier sector.



VIVIR TEC



14 LA TECNOLOGÍA IMPULSA LA REVOLUCIÓN ENERGÉTICA EN AMÉRICA LATINA

La implementación de tecnologías optimiza la integración de fuentes renovables y promueve la eficiencia en la distribución.

NUCLEO RURAL



18 EL PAPEL DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA MODERNIZACIÓN AGRÍCOLA

En respuesta a los desafíos actuales, la agricultura digital optimiza recursos y mejora la toma de decisiones.

ESPECIALES

22 NEARSHORING Y PERTINENCIA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Más allá de sus ventajas y retos, este modelo representa una oportunidad para avanzar en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).



ENTREVISTA EXCLUSIVA

26 ENTREVISTA A LINA LOPERA, COUNTRY MANAGER DE TOUS MÉXICO

La firma de joyas ha sido testigo de cómo la omnicanalidad mejora la satisfacción del cliente y fortalece la presencia de marca.



TABLA DE CONTENIDOS

LOBEMARK



32 YOSU ARANGÜENA: "ES UNA ÉPOCA DORADA PARA LA PUBLICIDAD"

TikTok ha revolucionado el panorama de la publicidad, convirtiéndose en un terreno fértil para estrategias innovadoras.

CONPODERES



46 "IRREEMPLAZABLES": EL RUMBO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Sebastián Tonda guía la reflexión sobre esta tecnología en su nuevo libro.

SEÑOR NOTICIA

36 MUJERES EN LA RUTA DE LA REINSERCIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA

Rompiendo barreras y construyendo un futuro más igualitario, en Perú, las mujeres logran superar desafíos sociales y económicos.



48 LA POESÍA ES UNA REVOLUCIÓN CULTURAL QUE TRANSFORMA SOCIEDADES

El poeta Eduardo Rada ha liderado la democratización cultural, fusionando poesía, diversidad y unión durante más de dos décadas en "Poesía en el Parque".

PLANETA EN VERDE



40 EL RECICLAJE ELECTRÓNICO Y SU OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO

La correcta gestión de residuos electrónicos no solo es clave para un futuro más sostenible, sino también un motor económico de la región.

CONSTYLING

50 EL ÉXITO DEL NOPAL EN LA ESCENA DE LA MODA ÉTICA

Desserto responde a la creciente conciencia sobre la explotación animal y la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles en la moda.



EDITORIAL

En el fragor del mes de febrero, el Día de San Valentín destaca como una festividad importante para el mundo de los negocios. Las empresas y marcas se visten de rojo y rosa, mientras sus estrategias de marketing se centran en enamorar a los clientes para generar más ventas.

Un ícono del romanticismo es Tous. Desde México, la marca del osito nos muestra cómo la digitalización y la omnicanalidad mejoran la satisfacción del cliente y fortalecen la presencia de marca. Asimismo, nos habla sobre la colección de San Valentín que tienen preparado para este 2024.

Con los nuevos desafíos y retos para ser sostenibles, el nearshoring ha sido destacado como la principal tendencia en el ámbito empresarial según Google Trends 2023, por lo que analizamos las nuevas perspectivas que serán clave en los próximos años.

De la mano de Prysmian Group, la tecnología da paso a la revolución energética en América Latina, optimizando la integración de fuentes renovables y promoviendo la eficiencia en su distribución. Mientras que, por el lado social, la ONG Tejiendo Sonrisas lucha cada día por una mayor inclusión social y económica para las mujeres vulnerables y madres adolescentes.

El Día del Amor y la Amistad debe considerarse una gran oportunidad comercial, siempre y cuando no perdamos de vista la esencia misma de la fecha: el amor en todas sus formas.

Estefani R.

EDITORA

MKT
DIGITAL

CAMPAÑAS CON INFLUENCERS

Resultados comprobables

+52 1 56 2774 1902

www.grupothepublic.com



SEGURIDAD 360°: CIFRADO Y CONTROL EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Fortalecer la seguridad en las plataformas de mensajería instantánea es esencial en un entorno empresarial moderno.

Escrito por: Estefani Rodriguez



En plena era digital, donde la comunicación rápida es fundamental para el funcionamiento eficiente de las empresas, la seguridad de datos en las plataformas de mensajería instantánea se ha vuelto más crucial que nunca.

Las ventajas que ofrecen este tipo de aplicaciones de mensajería han llevado a su adopción generalizada en entornos empresariales. Sin embargo, con esta conveniencia también vienen amenazas potenciales. Las conversaciones comerciales, estrategias, y otros datos sensibles a menudo se comparten a través de estas plataformas, convirtiéndose en un objetivo atractivo para ciberdelincuentes.

“Al tener la posibilidad de contactar con cualquier persona de afuera, las empresas están expuestas a ataques como el *phishing*, el fraude de CEO, la suplantación de identidad, entre otros”

Miguel Rodríguez,
CRO de Threema

Para abordar estos problemas, las empresas deben elegir plataformas que cumplan con una gestión adecuada de seguridad, como la encriptación de extremo a extremo para proteger las comunicaciones. Bajo esta idea nació Threema, un servicio de mensajería instantánea, la cual se diferencia frente a otras aplicaciones por su compromiso con la seguridad y con la privacidad de datos.

Threema, que cuenta con 11 años en el mercado, ha sido creada teniendo en consideración lo que hoy en día se llama el *Zero Knowledge*, lo que quiere decir que la aplicación no guarda información de los usuarios; tampoco las conversaciones en sus servidores. **“Para registrarse no es necesario agregar el número del teléfono móvil, solo se creará un ID de usuario”**, señala Rodríguez.

Hoy en día, todavía hay muchas empresas que se comunican a través de canales tradicionales como el correo electrónico, que al no tener el cifrado de extremo a extremo, es vulnerable a que sufra de un ataque cibernético. “También están utilizando soluciones de mensajería instantáneas que no son hechas para empresas, como por ejemplo WhatsApp o Telegram, que son buenas para colaborar,



pero no son las adecuadas para compartir información confidencial”, agrega el experto.

Dentro de los servicios que ofrece Threema para empresas, están las soluciones: *Threema Work* y *Threema OnPrem*. Con estas opciones se permite crear un círculo cerrado, donde solo se pueden contactar las personas que trabajan dentro de la empresa. **“Si un empleado deja de trabajar, rápidamente se puede quitar a esa persona del círculo de comunicación, mientras que con las plataformas tradicionales eso es imposible”**, concluye.

La fusión entre la sólida arquitectura de seguridad y la completa posesión de los datos crea un entorno de chat independiente, idóneo para utilizar en empresas del sector industrial así como en entidades gubernamentales.

Desde luego, las empresas que reconozcan y aborden proactivamente estos desafíos estarán mejor posicionadas para aprovechar los beneficios de la comunicación instantánea, sin comprometer la seguridad de sus datos y la información de sus trabajadores.



Threema en cifras y proyecciones

- Threema es una empresa Suiza, pero con un gran crecimiento en Alemania, donde tienen casi el 60% de sus clientes.
- A la fecha, Threema cuenta con más de dos millones y medio de usuarios, más de 8,000 clientes y tiene presencia en más de 92 países.
- Para este 2024, México se presenta como un país para empezar a expandirse en Latinoamérica.



BENEFICIOS

DE LAS PAUSAS ACTIVAS
EN EL TRABAJO

**DISMINUYE EL
ESTRÉS**

**REDUCE LA FATIGA
FÍSICA Y MENTAL**

**PROMUEVE LA
RELAJACIÓN
MUSCULAR**

**MEJORA LAS
POSTURAS**

**POTENCIA EL
DESEMPEÑO
LABORAL Y LA
PRODUCTIVIDAD**

**INCREMENTA LA
CAPACIDAD DE
CONCENTRACIÓN Y
ATENCIÓN**



Elaborado por: Pilar Astupiña

5 TENDENCIAS EN PAGOS DIGITALES PARA 2024

La empresa global de análisis y datos, LexisNexis Risk Solutions, nos brinda las últimas novedades sobre el ecosistema de pagos, aptos para cualquier sector.

Escrito por: Estefani Rodriguez



Rafael Costa Abreu, director de planeación de mercado para América Latina en LexisNexis Risk Solutions.

En la última década, hemos sido testigos de una notable ola de innovación que ha permeado todos los rincones del paisaje de pagos. Esto ha llevado a una evolución de las necesidades en el mercado, las cuales siguen en constante cambio.

De acuerdo a LexisNexis Risk Solutions, empresa global de análisis que proporciona servicios de tecnología y datos para una amplia gama de industrias, en 2024, las tendencias clave que deben vigilarse atentamente incluyen el auge de los pagos cuenta a cuenta (A2A), caracterizados por transferencias directas instantáneas, sin intermediarios.

Aunque no son novedosos, la tecnología de API y el movimiento hacia la banca abierta han proporcionado la infraestructura para su despegue, anticipando un rápido crecimiento y mayor adopción global.

Por otro lado, el aumento de las transacciones en línea ha propiciado un alarmante incremento en el fraude de pa-

gos *push* autorizado (APP). Esta amenaza, ahora la principal a nivel mundial, se vale de técnicas de ingeniería social y estafas de suplantación. La lucha contra este tipo de fraude sigue siendo un desafío considerable, y se espera que la adopción de controles de confirmación de beneficiario (CoP) y similares se intensifique para mitigar futuros riesgos.

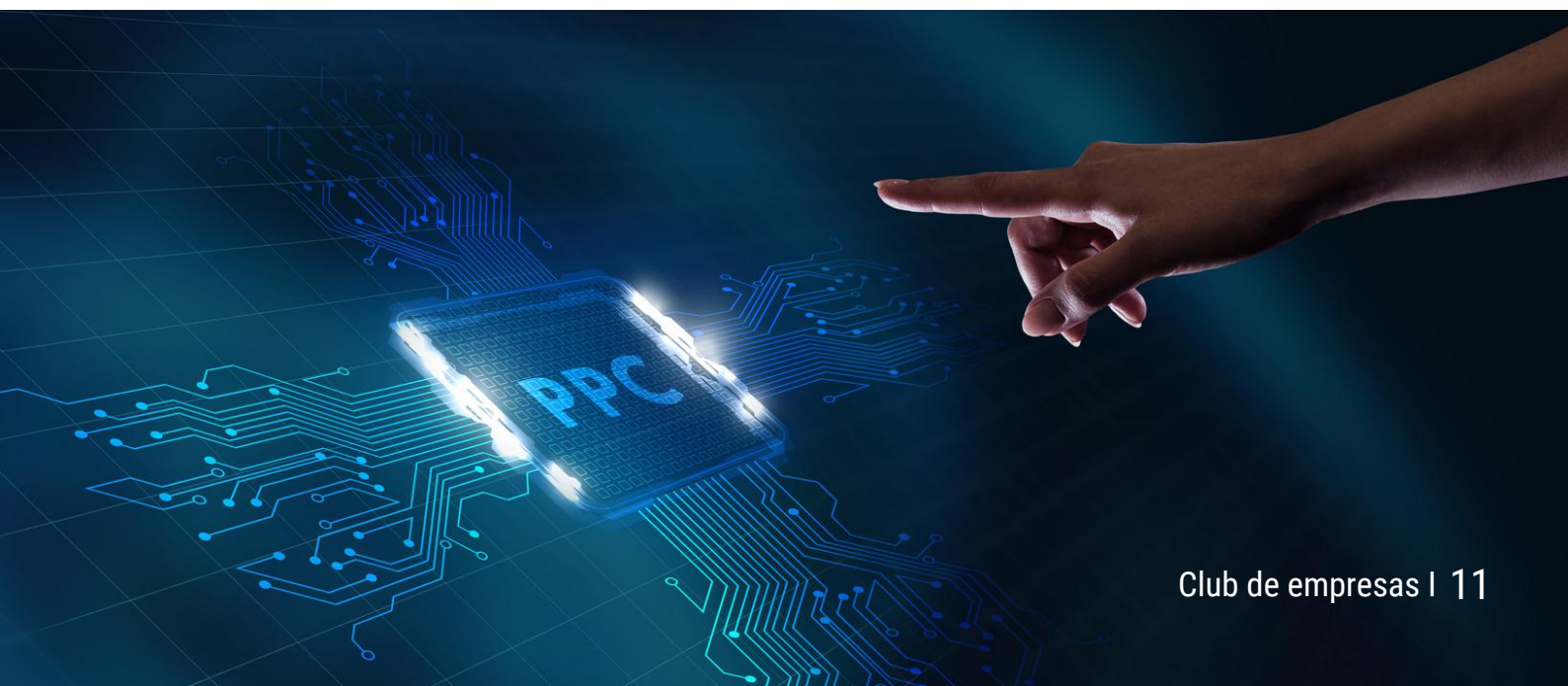
La imperativa reducción de costos en los pagos también se vuelve una preocupación central, dada la convergencia de factores que incrementan los costos, desde tasas de interés elevadas hasta mercados de crédito volátiles. La automatización de procesos de pago y la implementación de controles para agilizar el procesamiento, reducir rechazos y prevenir fraudes seguirán siendo prioritarios en 2024.

“Nuestras herramientas de validación de pagos y nuestra inteligencia de datos permiten a las organizaciones reducir pagos rechazados, mitigar fraude, mejorar tasas de procesamiento directo y entregar una mejor experiencia general de cliente”, asegura la empresa.

Además, la gestión interna de operaciones de pago por parte de las empresas se ha vuelto una tendencia en aumento, buscando mayor control y una experiencia de cliente mejorada. La adopción de sistemas de gestión de tesorería empresarial se incrementará significativamente, proporcionando un procesamiento más veloz y visibilidad en tiempo real.

Por último, el modelo de banca como servicio (BaaS) está cobrando impulso, ya que los bancos diversifican sus operaciones y ofrecen capacidades de pagos en tiempo real a través de API. Se prevé que esta tendencia, con una tasa de crecimiento anual compuesto de más del 15%, se extienda aún más en los próximos años.

“El panorama de pagos cambia rápidamente. Las compañías que vean los procesos de pagos en relación con la experiencia general del cliente tendrán ventaja sobre la competencia y estarán a la vanguardia”, advierte LexisNexis.



TELETRABAJO: ¿U FACTIBLE PARA

VENTAJAS

Acceso a colaboradores
freelance de todo el
mundo

Retención de talento al
ofrecer
flexibilidad laboral

Ahorro económico
de oficina (agua,
luz, alquiler y útiles)

Mejora el
equilibrio de vida
laboral-personal

Aumento de la productividad al
reducir distracciones

NA MODALIDAD LAS EMPRESAS?

DESVENTAJAS

Trabajo en equipo con
menos interacción

Seguridad limitada
en el manejo de
información crítica

La identificación
con la empresa
podría afectarse

Incremento de costos en
comunicación, como
telefonía e Internet

Dificultad para supervisar
al colaborador

LA TECNOLOGÍA IMPULSA LA REVOLUCIÓN ENERGÉTICA EN AMÉRICA LATINA

La implementación de tecnologías optimiza la integración de fuentes renovables y promueve la eficiencia en la distribución

Escrito por: Esperanza Aguilera

La transición hacia fuentes de energía más sostenibles y limpias es una necesidad urgente en

la lucha contra el cambio climático y la construcción de un futuro energético más eficiente y sustentable. Para ello, la inversión tecnológica se ha convertido en clave al facilitar la transformación de los sistemas de energía convencionales e impulsar el desarrollo económico de los países.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), hasta el año 2020, el 55% de las emisiones de gases de efecto invernadero estaban directamente relacionadas con el consumo de energía.

No obstante, la región es el segundo destino de inversiones en energías renovables, con un 17% del total de proyectos a nivel mundial desde 2010, lo que evidencia el gran potencial de América Latina para avanzar hacia fuentes de energía más limpias.

“La transición energética en Latinoamérica ha experimentado una revolución marcada por avances tecnológicos que han posicionado a la región como un referente en el uso de energías renovables. Países como Brasil, Colombia y Chile han invertido fuertemente en proyectos renovables. Además, tecnologías emergentes, como el hidrógeno verde, están contribuyendo al crecimiento de las energías limpias”

José Morillo, director de energías renovables e industria en Latam de Prysmian Group



Según las estadísticas proporcionadas por Statista, la capacidad total instalada para la producción de energía renovable en América Latina experimentó un crecimiento constante. En 2021 se registró una capacidad de 291 gigavatios, manifestando un notable aumento del 74% en relación con las cifras de 2010.

Una de las tecnologías más prominentes es la implementación de smart grids o redes inteligentes. Estas desempeñan un papel crucial al facilitar la comunicación bidireccional entre proveedores y consumidores, posibilitando una gestión más eficiente y una respuesta más rápida a las demandas fluctuantes.



Las *smart grids* son clave en la sostenibilidad al facilitar la integración eficiente de energías renovables, como la solar y la eólica. Gracias a la monitorización en tiempo real, optimizan la distribución de la energía, reduciendo las pérdidas y disminuyendo las emisiones de gases de efecto invernadero.

“La implementación de redes inteligentes se presenta como una macro tendencia clave en la transición energética, proyectándose a más del doble para 2030; no solo a nivel global, sino también en países latinoamericanos como México, Perú, Costa Rica y Colombia”, asegura Morillo.

Estas redes permiten la gestión activa de la demanda, incentivando a las personas a reducir su consumo durante picos críticos y facilitando la carga inteligente de vehículos eléctricos. Además, su capacidad para detectar y responder rápi-



damente a fallas mejora la resiliencia del sistema eléctrico, contribuyendo a un enfoque más sostenible y eficiente en la gestión global de la energía.

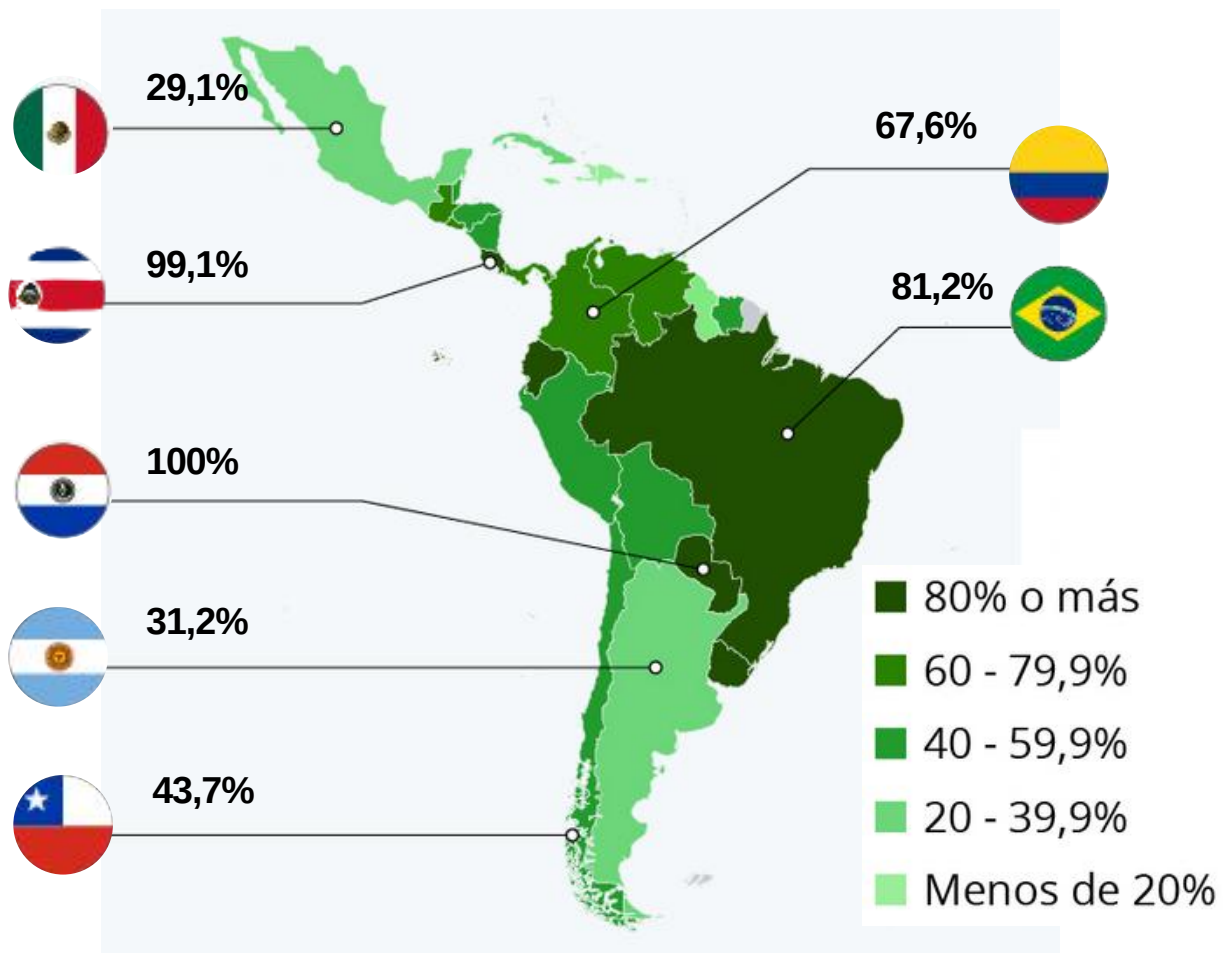
La transición energética en América Latina se ha convertido en un faro de innovación tecnológica, liderando la adopción de energías renovables y la implementación de infraestructuras más inteligentes.

Sin embargo, Morillo destaca que aún hay desafíos que se deben abordar: **“Debemos hacer que la transición sea económicamente sostenible, beneficiando a la sociedad y al medio ambiente. Es crucial que gobiernos y empresas trabajen en conjunto para hacer que estos proyectos sean más eficientes y atractivos, y poder lograr disminuir la huella de carbono a largo plazo”.**



LA ELECTRICIDAD VERDE EN LATINOAMÉRICA

Electricidad generada por energías limpias en 2021*



* O año inmediato anterior. Incluye energía eólica, solar, nuclear, hidroeléctrica, bioenergía y otras fuentes renovables.

Fuente: Ember Global Electricity Review

Fuente: Statista

vivir
tec



EL PAPEL DE LA DIGITALIZACIÓN EN LA MODERNIZACIÓN AGRÍCOLA

En respuesta a los desafíos actuales, la agricultura digital optimiza recursos y mejora la toma de decisiones.

Escrito por: Esperanza Aguilera

A lo largo de la historia, la agricultura ha perdurado como una de las prácticas económicas más ancestrales del ser humano. No obstante, el impacto transformador de las nuevas tecnologías ha marcado un hito significativo en la evolución y modernización de este sector, mejorando la eficiencia, productividad y eficacia en las actividades rurales.

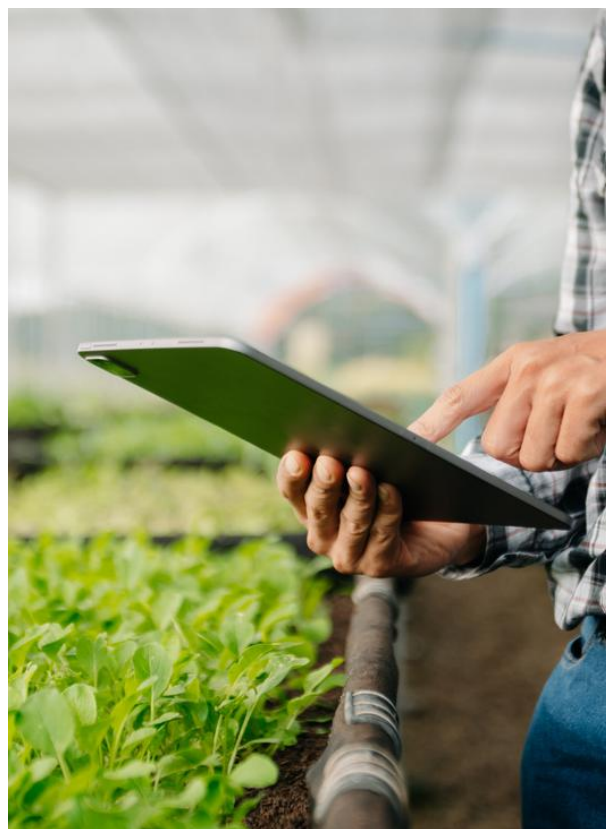
Hoy en día, la digitalización agrícola emerge como un aliado fundamental al ofrecer soluciones que van más allá de la producción, abordando la complejidad de la cadena de suministro y proporcionando herramientas para una gestión inteligente de los recursos a través del análisis de datos.

La capacidad de registrar condiciones de siembra, factores climáticos y calidad del suelo, junto con la habilidad de examinar estos datos en gran escala, permite a los

agricultores implementar tratamientos específicos e identificar las cosechas de mayor demanda en el mercado para optimizar la producción.

De acuerdo con datos del Banco Mundial, la agricultura representa entre el 4% y el 37% del producto interno bruto (PIB) de distintos países. Sin embargo, la seguridad alimentaria y el crecimiento económico de la agricultura se han visto amenazados, empujando a alrededor de 205 millones de personas en 45 países a la inseguridad alimentaria y a la pobreza extrema.

Por ello, invertir en tecnología agrícola es una respuesta a los desafíos actuales, y además configura una estrategia esencial para la sostenibilidad a largo plazo.



“La población mundial está en aumento, y las zonas cultivables ya están siendo explotadas. La digitalización es clave para optimizar recursos”

Ramón González, CEO y fundador de Robonity, la startup creadora de Mobibuk, el software de gestión de datos para agricultores que funciona como una bitácora digital

La capacidad de registrar y analizar datos posibilita una planificación precisa y una utilización estratégica de los insumos agrícolas, fortaleciendo así la posición de los agricultores en el panorama comercial.

De esta manera, digitalizar la agricultura es clave para la productividad y también para equilibrar los aspectos económicos, sociales y ambientales en la búsqueda de un desarrollo sostenible.

"La agricultura es el futuro de la humanidad. Invertir en la digitalización del sector agrícola es invertir en el futuro de la región"

Ramón Gonzáles, CEO y fundador de Robonity, la startup creadora de Mobibuk,



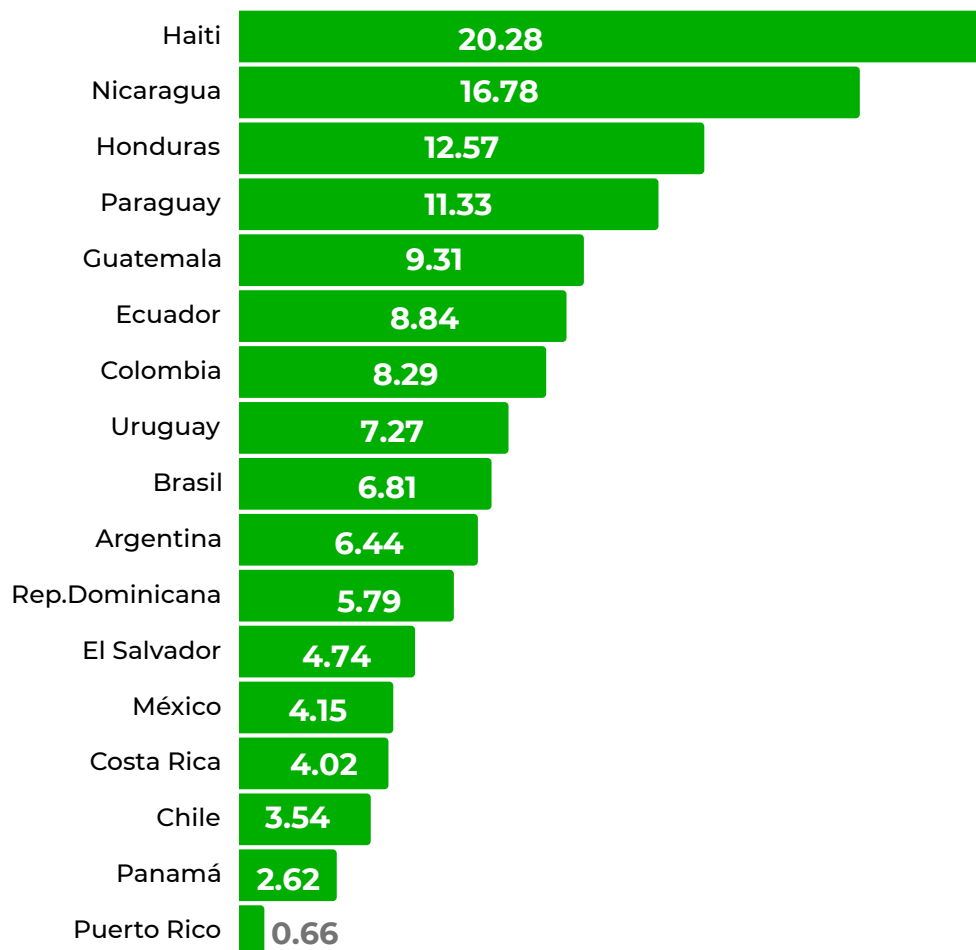
Pero aún hay grandes obstáculos por superar. De acuerdo con un estudio del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), solo el 37% de la población rural en América Latina y el Caribe tiene conectividad significativa. Por ende, es imperativo abordar estos desafíos y fomentar el desarrollo tecnológico de la agricultura como parte integral de las estrategias de crecimiento económico.

"Digitalizar la agricultura no es el fin, es el camino hacia la optimización de recursos, la toma de decisiones informada y la adaptación a las demandas. Permitiendo a las comunidades productoras no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno agrícola cada vez más competitivo y globalizado", finaliza el empresario.

PARTICIPACIÓN DE AGRICULTURA EN PIB - CLASIFICACIONES

Valor agregado en sector agrícola como porcentaje del PIB, 2022:

El promedio para 2022 fue de 7.85 % del PIB. El valor más alto fue en Haití: 20.28 % del PIB y el valor más bajo fue en Puerto Rico: 0.66 % del PIB. A continuación se muestra una tabla de todos los países en los que se dispone de datos.



Fuente: El Banco Mundial

Fuente: The Global Economy

NEARSHORING Y PERTINENCIA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Más allá de sus ventajas y retos, este modelo representa una oportunidad para avanzar en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Escrito por: Kory Nacif

El *nearshoring*, destacado como la principal tendencia en el ámbito empresarial según Google Trends en 2023, hace referencia a la práctica adoptada por las empresas de trasladar sus operaciones o servicios a países cercanos al mercado al que se dirigen. Más allá de los desafíos y beneficios asociados, este fenómeno puede contribuir al desarrollo sostenible en América Latina.

Sus inicios se remontan a los esquemas de fabricación mediante ma-

quiladoras; sin embargo, el impulso del *nearshoring* se intensificó debido a la interrupción en las cadenas de suministro durante la pandemia y las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China.

De tal forma, empresas multinacionales, desde *startups* hasta grandes corporativos de sectores como automotriz, electrónicos y energías renovables, han establecido sus centros de operaciones en países como Guatemala, El Salvador y México, siendo el país azteca el que se consolida como el principal destino.

“Si se analiza desde el punto de vista ambiental, en el *nearshoring* la huella de carbono de los productos puede ser menor por la reducción de las distancias para el traslado de las mercancías. Al mismo tiempo, este esquema también puede tener un impacto social positivo, al generar oportunidades de empleo y desarrollo en las comunidades receptoras”

Jorge Reyes, coordinador del Comité de RSU y Sustentabilidad de la Universidad Anáhuac en México

Es así que, en los siguientes años, las tendencias clave que continuarán impulsando el *nearshoring* son:

1. Sostenibilidad ambiental

A partir del *boom* de este modelo, las empresas en la región han adoptado prácticas de transporte más eficientes, por lo que la reducción de emisiones de carbono se ha convertido en una prioridad.

“Esto puede potenciarse aún más si va emparejado con la mejora en la eficiencia y la conversión de los sistemas de transporte a esquemas más limpios, así como con el impulso a la generación de energía de fuentes renovables”, agrega Reyes.



2. Impacto social

La llegada de oportunidades de empleo a través de las empresas ha hecho posible una mayor calidad de vida y bienestar social en las comunidades. Aunque el *nearshoring* puede implicar costos laborales más altos, las empresas están dispuestas a pagar mejor por la proximidad geográfica, la calidad del trabajo y la reducción de riesgos.

3. Automatización de flujos

La integración de tecnologías avanzadas en este esquema ha permitido una mayor eficiencia en las cadenas de suministro. De tal forma, la inteligencia artificial y la robótica no solo reducen los costos operativos para las empresas, sino que también agilizan los flujos comerciales y logísticos.



4. Implementación de Big Data

La capacidad de analizar datos en tiempo real a través del *nearshore* ha permitido a las organizaciones tomar decisiones más informadas para poder adaptarse a la demanda del mercado.

Según los expertos, la creciente demanda de productos y servicios, la mejora de eficiencia en tiempos de entrega y control de inventarios, así como la disponibilidad de una fuerza laboral calificada y competitiva, continuarán impulsando el *nearshoring*.

“Es momento de aprovechar la situación, pues las economías de Asia, principalmente de China, no tardarán en dar respuesta para recuperar su economía y participación global. De tal forma, es fundamental favorecer el contexto con una visión conjunta entre gobierno, empresas y sociedad, de lo contrario se corre el riesgo de que esto únicamente sea temporal”, señala Ramón Martínez, experto en finanzas y Chief Transformation en XY Booster.

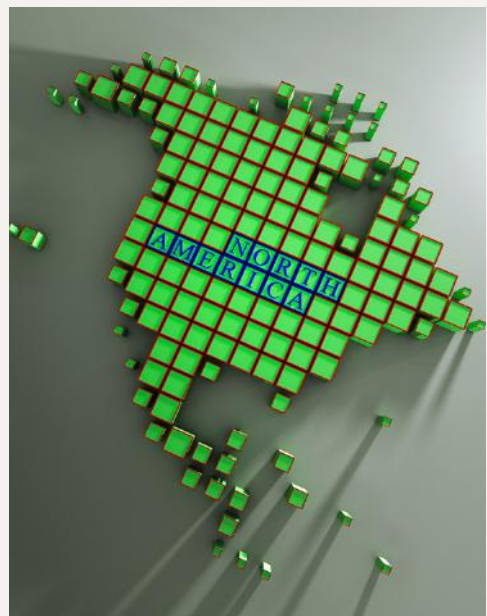
La incertidumbre legal para las inversiones extranjeras, los problemas de seguridad y crimen organizado, así como la falta del desarrollo y modernización de más infraestructura de logística y energías limpias, son algunos retos a superar para que este modelo sea una realidad en Latinoamérica.

“Se requiere de una corresponsabilidad para impulsar un *nearshoring* sostenible, que sin olvidarse de las cuestiones económicas y comerciales que lo impulsan, no descuide los criterios Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo (ASG). Este esquema podría representar una oportunidad enorme para avanzar en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que nos solicita la Agenda 2030 de las Naciones Unidas”, finaliza Reyes.

Si bien este modelo de relocalización de inversiones representa para la región una oportunidad única de crecimiento; la construcción de carreteras seguras, la expansión de puertos con mayor capacidad, la eficiencia en los procesos aduaneros y la mejora en el transporte digitalizado, son necesarias para conseguir un entorno propicio para este negocio y la inversión extranjera.

Cifras a considerar:

- América Latina ofrece al mercado norteamericano una combinación única de proximidad geográfica, así como socios con capacidades desarrolladas y la madurez suficiente para ofrecer productos de calidad (IDC).
- Se espera que el *nearshoring* en la región crezca a una tasa anual compuesta del 10% entre 2022 y 2025 (Deloitte).
- El *nearshoring* podría incrementar las exportaciones globales de América Latina y el Caribe en 78,000 millones de dólares anuales de los cuáles 35,300 corresponden a México (BID).



ENTREVISTA EXCLUSIVA



Lina Lopera

Country manager de Tous México

TOUS MÉXICO: “EL 25% DE NUESTRAS VENTAS SE HACE A TRAVÉS DEL ENTORNO DIGITAL”

La firma de joyas ha sido testigo de cómo la omnicanalidad mejora la satisfacción del cliente y fortalece la presencia de marca.

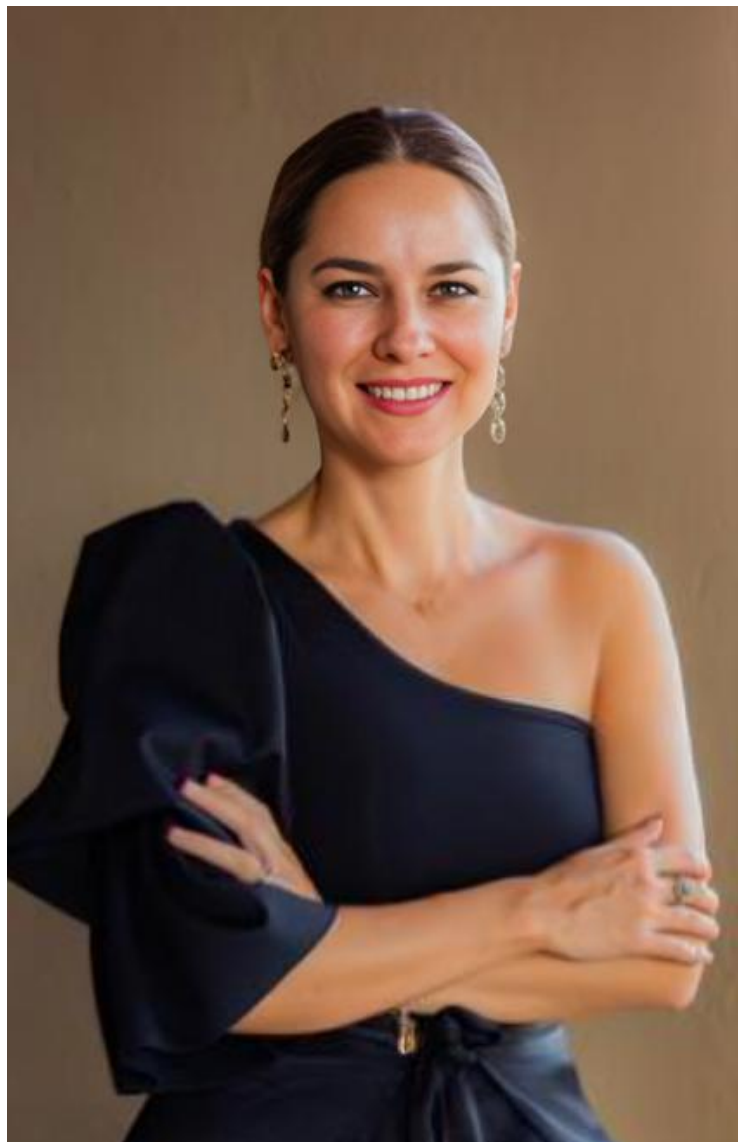
Escrito por: Estefani Rodriguez

P

ocas marcas cuentan más de 100 años de presencia en el mundo siendo *trendy*. Tous es una de ellas. Sinónimo

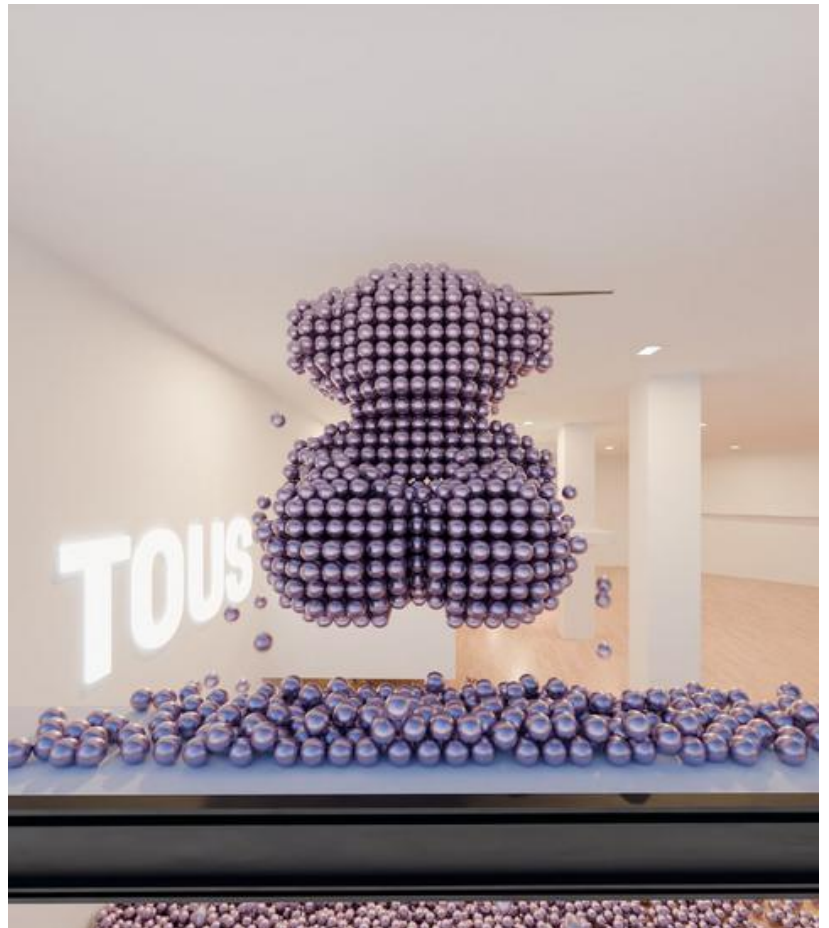
de sofisticación, elegancia y amor, la marca del osito ha sabido mantenerse en el tiempo a través de sus joyas como testigos de miles de historias que conectan a las personas a través de la creatividad con su estilo de vida.

Con presencia en 46 países y alrededor de 700 tiendas en el mundo, el crecimiento de la empresa en Latinoamérica ha tenido una expansión notable, siendo México el segundo mercado más importante después de España.



“México viene creciendo a doble dígito, incluso en el 2022 dobló el número que teníamos en el 2019 antes de la pandemia. Es un mercado que está avanzando de manera acelerada tanto a nivel de venta como en expansión. Ahora tenemos 141 tiendas en el país”.

Lina Lopera,
country manager de Tous México



Gran parte de esto se debe a la digitalización de Tous que, tras la pandemia, apostó por una transformación holística enfocado en el negocio, la marca, el producto y las personas. Así, a través del proyecto *Tous Next*, se desarrollaron diversas estrategias que permitieran a la empresa vivir otros 100 años más.

Por el lado del negocio, el canal digital potenció las ventas y la cercanía con los clientes, convirtiéndose hoy en uno de los grandes éxitos. “El 25% de nuestras ventas se hace a través del negocio digital, que va desde nuestra propia página web hasta *marketplaces* o venta a distancia”, detalla Lopera.

En este punto, cabe resaltar la importancia de la omnicanalidad, un factor que permite tener presencia y cercanía con el cliente en todos los canales. **“Ya no existen los clientes que solo quieren comprar en tienda o los que solo compran online. A veces compran virtual, pero quieren recoger en tienda o viceversa. La omnicanalidad también está conectada a los temas logísticos, ya que a través de las ventas digitales tenemos la capacidad de llegar a nuestros clientes en tiempos récords; entregamos *Send-day* o 24 horas”**, agrega.



Como segundo eje de cambio, la firma, que ha destacado por su reconocido osito, optó por una transformación en el logo. **“Hicimos el cambio de nuestro logo porque ya tenía muchos años sin haberse tocado”**. Es así, que el tradicional ícono da paso a una nueva y atractiva propuesta del oso en 3D, que incrementa su capacidad de expresión creativa y las posibilidades de conexión con nuevas audiencias destacando el mercado joven, quienes le otorgan vigencia a la marca.

El enfoque en el producto es parte de la tercera transformación, siendo el lanzamiento de *Manifesto* lo que representa este cambio. La colección, que ahora está tocando su tercera ola de campaña, tiene un concepto que

permite conectar con diferentes metales. Por ejemplo, tienen cadenas de gemas que al conectarse con una de plata generan otra pieza de joyería, a fin de buscar una autoexpresión que es parte del nuevo espíritu de la marca.

De sus tres tradicionales atributos: el oso, el color rosa y la ternura, la marca evoluciona para transformarlos en audacia, creatividad y sentido del humor.

“Creemos 100% en la autoexpresión. Somos una empresa joyera, donde los metales, las piedras, los diamantes, el oro, la plata con baño en oro de 18 quilates y la plata en sí, son nuestra base de la joyería. A nivel de producto, seguimos cuidando mucho la parte clásica, pero también las colecciones *trendy* y *fashion* para conectar con nuevas generaciones que quieren probar novedades y productos diferentes. Aquí aplicamos mucho la creatividad”, comenta la country manager.

La cuarta visión de la empresa la constituyen las personas. Según Lopera, los equipos que trabajan en Tous se convierten en embajadores de la marca. **“Nos esmeramos mucho por hacer que los valores de Tous se vivan en los colaboradores. Queremos lograr esa frescura en ellos, y que, por ejemplo, no usen uniformes en las tiendas, sino que vayan jugando con algunos looks que les ofrecemos para que puedan verse diferentes y sentirse ellos mismos”**.

A puertas de San Valentín, una de las fechas más esperadas por los negocios, la firma se presenta renovada y con una colección que promete ser el regalo perfecto para obsequiar a un ser querido o incluso a nosotros mismos.

“My Other Half, como su nombre lo dice, busca conectar con tu otro yo. Está inspirada en el amor universal, donde no existe únicamente un amor de pareja, sino que es el amor por ti, por tus seres queridos y hasta por tus mascotas”, finaliza Lina Lopera.

Con estos cambios y nuevas perspectivas, Tous destaca por su combinación única de creatividad, calidad y compromiso en el rubro joyero. Su apuesta por una transformación interna le ha permitido evolucionar, sin perder su esencia juguetona y elegante.





Club de Empresas

**TODOS PUEDEN
CONVERTIR SU IDEA
EN REALIDAD**

CLUBDEEMPRESAS.COM

YOSU ARANGÜENA: “ES UNA ÉPOCA DORADA PARA LA PUBLICIDAD”

TikTok ha revolucionado el panorama de la publicidad, convirtiéndose en un terreno fértil para estrategias innovadoras.

Escrito por: Estefani Rodriguez

La evolución de la publicidad ha experimentado transformaciones significativas en la era contemporánea, impulsada en gran medida por avances tecnológicos y la proliferación de medios sociales. Entre estas plataformas, TikTok ha emergido como un fenómeno cultural y un espacio publicitario único que ha dejado una marca indeleble en la industria de la creatividad.



En los últimos años, la tecnología ha desempeñado un papel crucial en la forma en que se conceptualiza, crea y distribuye la publicidad. La personalización y la segmentación de la audiencia se han vuelto esenciales, permitiendo a los anunciantes adaptar sus mensajes a públicos específicos con una precisión sin precedentes.

“Es una época dorada para la publicidad porque ahora puedes hacer contenido que antes no podías y hace 10 o 20 años estabas relegado a hacer un anuncio o una cartelera. Sin embargo, también es un poco difícil, ya que no puedes tener una campaña en un solo medio, se tiene que llegar a todos los lugares”

Yosu Arangüena, fundador y Chief Creative Officer de la agencia independiente MADE



En este contexto, TikTok ha revolucionado el panorama de la publicidad al proporcionar un formato único y envolvente basado en videos cortos. La plataforma ha atraído a una audiencia diversa y global, convirtiéndose en un terreno fértil para estrategias publicitarias creativas e innovadoras.

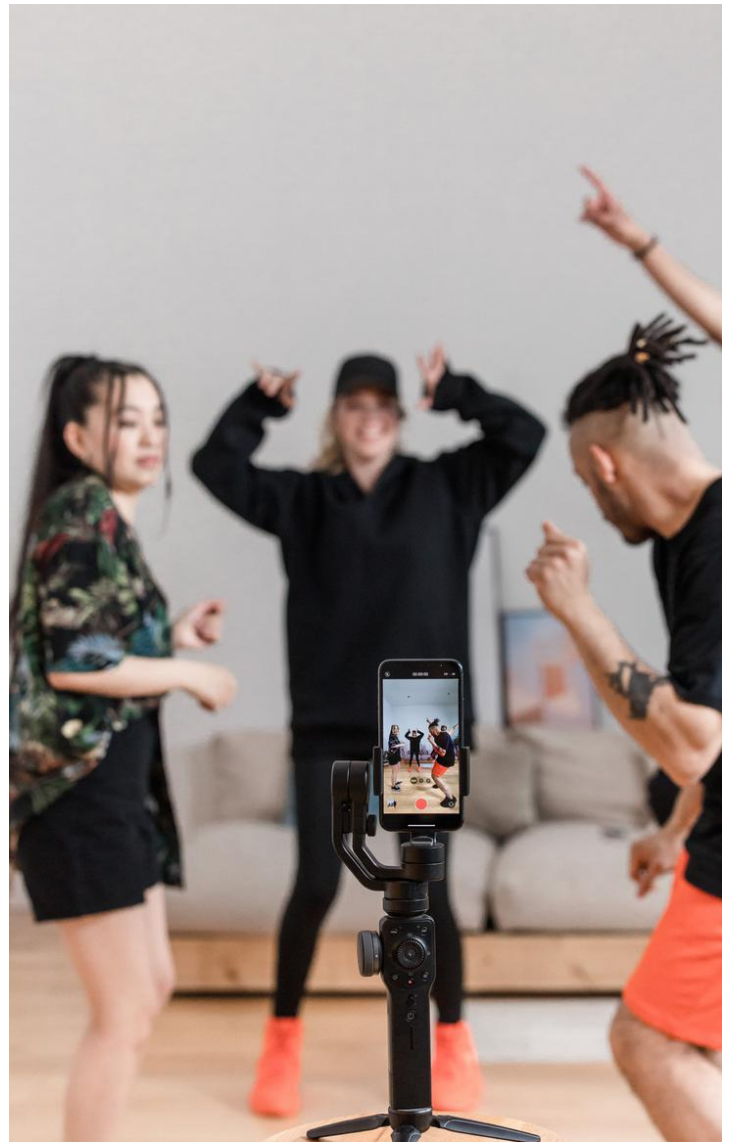
“El teléfono celular vino a cambiar todo. Actualmente, hay grandes generadores de contenido que han sabido usar muy bien estos medios con las marcas. La gente prefiere ver contenido relevante que producciones exageradas que no dicen nada. Un anuncio mal hecho no lo voltean a ver, pero sí un contenido en TikTok con millones de seguidores”, dice el publicista.

Es así, que las marcas han aprovechado la creatividad inherente de esta red social para diseñar campañas que no solo promocionan productos o servicios, sino que también generan participación activa de la comunidad, cuya interacción puede ser visualizada y medible.

Por ello, la función de publicidad de TikTok ha evolucionado para adaptarse a las necesidades de los anunciantes, ofreciendo herramientas analíticas avanzadas y opciones de segmentación detalladas. Esto facilita a las marcas medir el impacto de sus campañas y ajustar estrategias en tiempo real, optimizando así el retorno de la inversión publicitaria.

“Toda campaña tiene un objetivo, que son las ventas. Pero, lejos de lo comercial, hay campañas que buscan conectar. Y ahora es más fácil ver los *likes* o cuánta gente lo compartió en redes. Así puedes saber si la campaña fue buena o mala”, agrega.

La combinación de creatividad, personalización y una mayor interactividad ha marcado un hito en la forma en que las marcas se conectan con sus audiencias. La publicidad en TikTok refleja el cambio en la forma de consumir contenido y, a su vez, establece un estándar para la innovación continua en la esfera publicitaria digital.



“Gracias a estas redes nacen muchos agentes independientes, diferentes tipos de agencias, y también generadores de contenido. Ya no se necesita de las compañías grandes de publicidad. Ahora hasta el consumidor se vuelve el generador. Estamos en un mundo donde las barreras desaparecieron”, concluye Arangüena.

MARKETING & ADVERTISMENT

BLOG

Lobe Mark



CREATIVIDAD
E IDEAS

lobemark.com



MUJERES EN LA RUTA DE LA REINSERCIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA

Rompiendo barreras y construyendo un futuro más igualitario, en Perú, las mujeres logran superar desafíos sociales y económicos.

Escrito por: Estefani Rodriguez





La búsqueda constante de una sociedad más justa y equitativa emerge como un imperativo moral y un motor indispensable para el desarrollo sostenible de un país. Grupos en situación de riesgo y vulnerabilidad, como las mujeres, requieren especial atención y medidas concretas para garantizar su participación en todos los ámbitos de la vida.

Históricamente, la mujer ha enfrentado barreras económicas y sociales que han limitado su progreso. Es por ello, que la

inclusión económica se presenta como un medio efectivo para empoderar a estos grupos. El acceso a oportunidades laborales dignas, el fomento del emprendimiento y el desarrollo de habilidades son elementos esenciales para romper el ciclo de la vulnerabilidad.

Con 10 años de experiencia en Perú, Tejiendo Sonrisas es una ONG que abarca justamente este enfoque a través de proyectos que permiten la reinserción económica y social de mujeres y madres adolescentes.

“Nosotros les brindamos una ayuda 360°. Una vez que ellas salen del INABIF, a los 18 años de edad, les ofrecemos terminar su secundaria completa para luego brindarles un trabajo donde generen su propio dinero, y así puedan tener una educación financiera para poder invertir en algún emprendimiento en caso lo deseen”



Hanz Heinz, presidente ejecutivo de Tejiendo Sonrisas

Dentro de sus proyectos se encuentra “Come con Causa”, un restaurante social; y “Perú Biodiverso”, una marca que vende productos ecológicos de la selva y sierra. Estos son los lugares de espacio laboral que se les ofrece a estas mujeres. Asimismo, la ONG trabaja de la mano con otras empresas donde también se les brinda oportunidades laborales.

“En el caso de las madres adolescentes, muchas de ellas no tienen familiares que las apoyen y, por ende, no tienen donde dejar a los hijos. Trabajamos con guarderías para que los niños puedan estar ahí mientras las chicas trabajan”, señala Heinz.

Además de la ayuda económica y social, Tejiendo Sonrisas también brinda apoyo psicológico y legal, importantes para toda reinserción. Por un lado, el acompañamiento psicológico proporciona un espacio seguro donde las madres pueden expresar sus preocupaciones, miedos y dudas, permitiéndoles abordar y gestionar eficazmente las tensiones emocionales asociadas con la maternidad temprana.

“Lo que hemos visto es que hay muchas mujeres reincidentes, ya que comúnmente vuelven al lugar donde han sido violentadas y nosotros no queremos eso. Ahora nos estamos aliando con otras ONG y empresas para poder seguir abarcando más zonas y haciendo más proyectos en beneficio de ellas”, agrega.

Por otro lado, la asesoría legal también desempeña un papel crucial en la vida de las madres adolescentes. El respaldo legal les proporciona la seguridad de sus derechos y les ayuda a acceder a servicios y programas específicos para madres jóvenes, como la asistencia médica adecuada, la educación continua y el cuidado infantil. Además, **“algunas de las madres no cuentan con su documento de identidad (DNI) y sus niños tampoco, y nosotros les ayudamos en ese proceso”**, recalca.



Cabe señalar, que en el Perú, cada año más de 1,100 menores de 15 años se convierten en madres. De acuerdo a cifras del Ministerio de Salud, el registro de nacimientos vivos en niñas de 10 a 14 años aumentó de 1,158 a 1,430 entre el 2020 y 2021, y luego a 1,625 en el 2022.

Abogar por la igualdad de oportunidades, eliminar barreras y crear políticas inclusivas son pasos cruciales para construir un futuro donde cada individuo, independientemente de su género o circunstancias, pueda contribuir y beneficiarse plenamente de los avances de la sociedad.

EL RECICLAJE ELECTRÓNICO Y SU OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO

La correcta gestión de residuos electrónicos no solo es clave para un futuro más sostenible, sino también un motor económico de la región.

Escrito por: Esperanza Aguilera

E

n la actualidad, la tecnología avanza a un ritmo difícil de seguir. Aunque es uno de los mayores motores económicos del mundo, también es responsable de desechar cerca

de 50 millones de toneladas de aparatos electrónicos, conforme a los datos del Programa para el Medio Ambiente de las Naciones Unidas.

A lo largo de los años, los avances tecnológicos han transformado radicalmente la forma en que vivimos. La revolución digital ha integrado la tecnología en cada aspecto de nuestras vidas acelerando procesos y conectando a personas de todo el mundo.

Sin embargo, a la par que la tecnología avanza, surge la necesidad de equilibrar la innovación con la responsabilidad ambiental. Según datos de Statista, en la última década, tan solo la industria de los *smartphones* creció un 50% y se estima que para el 2050 habrá 18,220



millones de dispositivos móviles en uso.

El mayor problema es la falta de gestión de residuos. De acuerdo con un informe de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), América Latina recupera solo el 3% de sus residuos electrónicos, lo que significa que gran parte termina contaminando los ecosistemas.

En 2019 se encontraron al menos 4,4 millones de plomo y 5,6 megatoneladas de gases de efecto invernadero pertenecientes a refrigerantes en la basura electrónica de los países de Latinoamérica.



“El reciclaje puede ser un motor económico. Es importante entender esta industria también como generadora de empleo y riqueza, ya que es un sector que puede incrementar el PIB de la región”

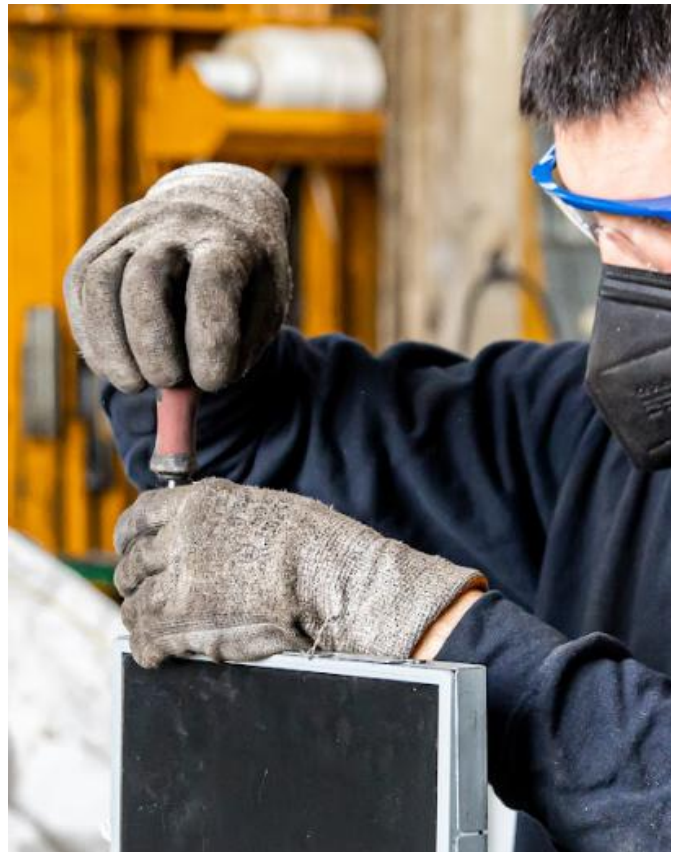


Luis García Torremocha,
CEO de Movilex

Por ello, trabajar en la gestión sostenible de residuos presenta oportunidades significativas para el crecimiento económico. Al participar activamente en prácticas de reciclaje, las empresas pueden beneficiarse económicamente al aprovechar la creciente demanda de materiales reciclados.

El reciclaje se constituye como una estrategia para fortalecer la estabilidad económica y contribuir al desarrollo sostenible a largo plazo. Sin embargo, en el mundo se recicla menos del 40% de los aparatos electrónicos.

Ante esta realidad, es imperativo trabajar en un enfoque consciente y sostenible de la innovación tecnológica. **“Para poder avanzar hacia una economía circular es fundamental el desarrollo normativo que corresponde a los gobiernos, y después que las empresas desarrollen sus actividades conscientes con el medio ambiente”**, comenta García.



Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la implementación de una economía circular en la industria electrónica podría reducir los costos para los consumidores, aproximadamente un 7% para el año 2030 y un significativo 14% para el año 2040.

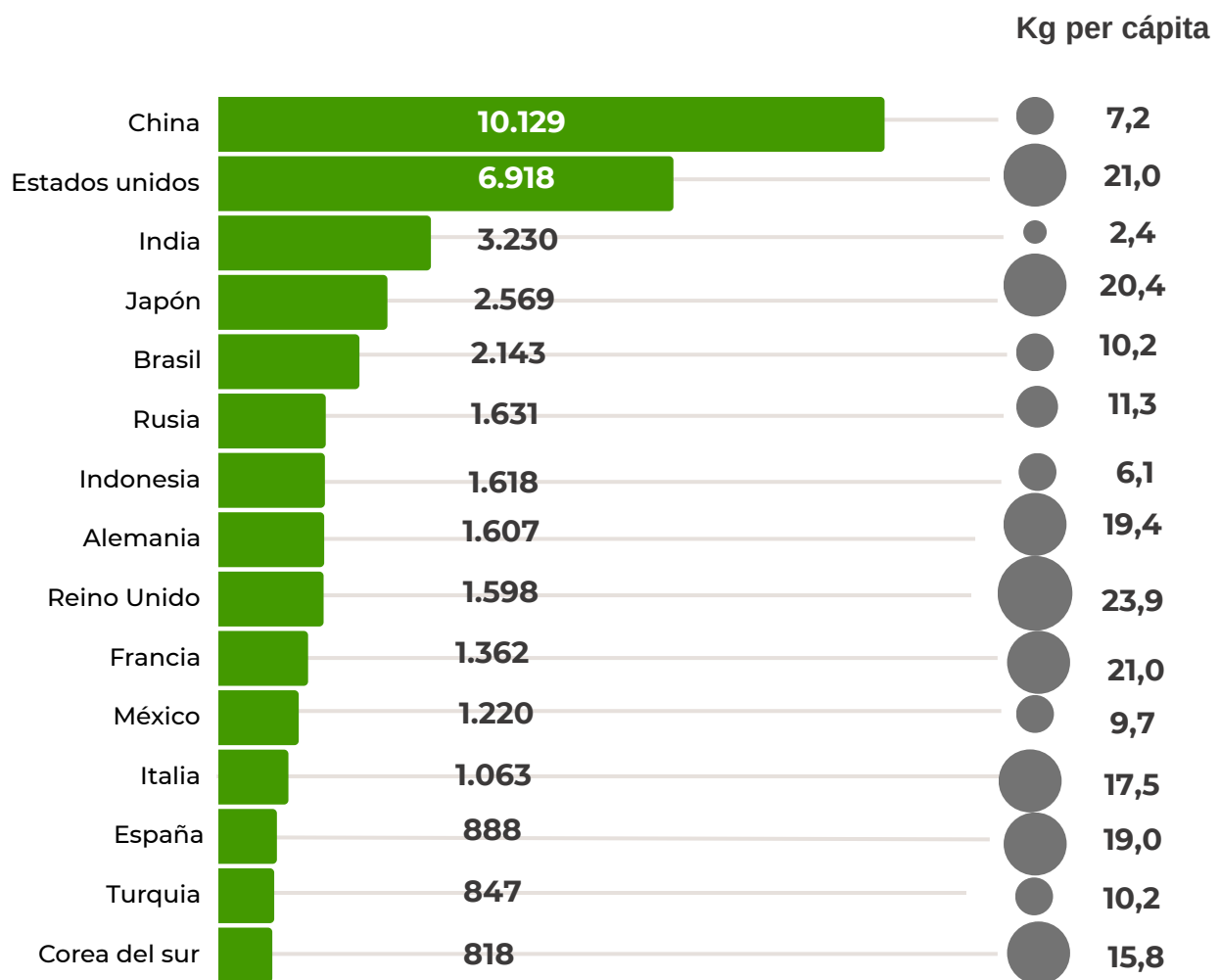
No obstante, aún queda un gran camino por recorrer. “Uno de los mayores retos es la falta de conciencia social por parte de los ciudadanos. Es necesario que los aparatos electrónicos lleguen a las empresas que tenemos la autorización medioambiental para tratar estos residuos”, concluye el CEO.

Adoptar un enfoque consciente y sostenible de la innovación tecnológica se presenta como la clave para construir un futuro sostenible, donde la prosperidad económica logre coexistir armoniosamente con la salud del planeta.



LOS PAÍSES QUE GENERAN MÁS BASURA ELECTRÓNICA

Ranking de países según el volumen de residuos electrónicos generado en 2019 (en millones de toneladas métricas)



Fuente: The Global E-waste Monitor 2020

Fuente: Statista

NR NucleoRural

Tendencias en agronegocios



nucleorural.com

grupothepublic.com

THEPUBLIC



Public reportajes

CON +
IMPACTO.

+52 1 56 2774 1902

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

“IRREMPLAZABLES”:- EL RUMBO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Sebastián Tonda guía la reflexión sobre esta tecnología en su nuevo libro.

Escrito por: Esperanza Aguilera



En una época donde la inteligencia artificial (IA) permea cada rincón de nuestras

vidas, la preocupación por ser reemplazados por la eficiencia y la automatización es cada vez mayor. En este contexto, Sebastian Tonda escribe "Irreemplazables: cómo sobrevivir a la inteligencia artificial", un libro que explora cómo la humanidad puede reinventarse en un mundo impulsado por la tecnología.

Tonda dedicó gran parte de su vida a la publicidad y la creatividad, pero decidió en 2023 dar un paso más en su carrera al escribir sobre algo que siempre le había apasionado: el cambio tecnológico.

Su libro es resultado de tres hilos entrelazados en la vida del escritor: la cercanía que ha tenido siempre con la tecnología, su experiencia en los negocios y la publicidad, y un proceso personal de reflexión sobre el uso de la conciencia en la era de la IA, según explica.

"Irreemplazables" no solo explora los desafíos del mundo moderno, sino que también plantea preguntas cruciales sobre el futuro que nos aguarda el panorama digital. **“Aunque la inteligencia artificial puede reemplazarnos en ciertas tareas, nuestra capacidad de experimentar y ejercer nuestra conciencia seguirá siendo vital. Necesitamos enfocarnos en desarrollar habilidades que la tecnología no puede replicar”**.

La obra destaca la voraz velocidad de nuestros días y la hiperproducción desenfrenada como grandes enemigos, incitando a la reflexión sobre hacia dónde nos dirigimos como sociedad.

Desde el cambio en el lenguaje hasta la transformación del trabajo, Tonda examina detenidamente cómo la tecnología influirá en diversos aspectos de nuestra existencia. “Creo que la inteligencia artificial se perfila para transformar estructuralmente la forma en



que vive la humanidad, y representa un cambio sin precedentes”, comenta el autor.

"Irreemplazables: cómo sobrevivir a la inteligencia artificial" es una brújula en la reflexión sobre la transformación por la IA, guiando a los lectores a través de un viaje introspectivo hacia la reinención personal y cultural en la era digital. **“Gracias a la inteligencia artificial vamos a tener que conocer mejor lo que nos hace seres humanos”**, finaliza el escritor.



LA POESÍA ES UNA REVOLUCIÓN CULTURAL QUE TRANSFORMA SOCIEDADES

El poeta Eduardo Rada ha liderado la democratización cultural, fusionando poesía, diversidad y unión durante más de dos décadas en “Poesía en el Parque”.

Escrito por: Esperanza Aguilera

E

En 1992, una época de suma violencia para el Perú, el poeta Eduardo Rada inició el recital “Poetas por la Paz”,

naciendo así una iniciativa que se convertiría en un faro de resistencia poética hasta nuestros días.

Desde sus inicios, se realizó anualmente la maratón con la participación de un

destacado grupo de poetas como Antonio Cisneros, Enrique Verástegui y Rocío Silva Santisteban. Sin embargo, en 1996, Rada propuso llevar los recitales al Parque Kennedy, en el distrito de Miraflores, dando origen a lo que conocemos hoy como **“Poesía en el Parque”**.

Reconocido por la UNESCO en 2006, este evento cultural ha trascendido

fronteras y ha sido clave en lo que el poeta llama la **“democratización de la cultura”**. La iniciativa evolucionó de un maratón anual a uno semanal, con la participación de 20 a 25 poetas cada semana y cientos de espectadores.

Inspirado en la noción de poesía masiva presente en el poema *Masa* de César Vallejo, Eduardo Rada ha dedicado su esfuerzo a través de "Poesía en el Parque" a forjar una conciencia comunitaria.

“El problema de la poesía es que en algún punto se separó de la gente y se volvió una actividad elitista. Pero la poesía es filosófica, consciente y política; es para todos y todas”, señala Rada.

Tras la pandemia el evento pasó a plataformas virtuales, pero ahora regresa presencialmente dos veces al mes.

“Aunque en esos años se redujo el evento porque mucha gente no tenía acceso o no le interesaba lo digital, hemos continuado. Ahora la idea es hacerlo tanto presencial como digital, simultáneamente. Continuar democratizando la cultura”, comenta con entusiasmo el poeta.

Con más de dos décadas de trayectoria, "Poesía en el Parque" se erige como un legado de resistencia. Este evento cultural se mantiene como un testimonio de cómo la poesía puede ser un agente de cambio y conexión en la sociedad.

“Aún cuando todos somos diferentes, la poesía nos une y nos enseña que somos una identidad múltiple. El arte es un entrenamiento para aceptar las diferencias y darnos cuenta de que la identidad no es que todos sean iguales, sino que cada uno es distinto, pero aún con eso somos una comunidad y somos unión”, finaliza.



EL ÉXITO DEL NOPAL EN LA ESCENA DE LA MODA ÉTICA

Desserto responde a la creciente conciencia sobre la explotación animal y la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles en la moda.

Escrito por: Estefani Rodriguez

La sostenibilidad se ha convertido en una tendencia creciente en la industria de la moda, ya que ahora parte de los consumidores buscan opciones más éticas y respetuosas con el medio ambiente. En este contexto, el cuero vegano elaborado a partir del cactus ha surgido como una alternativa innovadora y sostenible a los materiales tradicionales.

El cuero de nopal, como también se le conoce, se produce de manera más ética en comparación con el cuero convencional que se obtiene de la piel de animales. Su elaboración implica el uso de las hojas del nopal, una planta resistente que no requiere grandes cantidades de agua para crecer. Además, el proceso de producción es menos contaminante porque no implica el uso de sustancias químicas tóxicas.



Adrian Lopez y Marte Cazares

En este rubro destaca Desserto, una empresa que utiliza el nopal para fabricar un cuero más ecológico, el cual está siendo utilizado para la elaboración de calzado, bolsos y accesorios.

“La idea de desarrollar un material sostenible se nos ocurrió luego de haber trabajado en la industria de la moda y automotriz, donde fuimos testigos de primera mano del impacto ambiental que ocasiona el proceso del cuero animal y de la piel sintética. Pensamos en desarrollar nuestra solución utilizando una materia prima que no solo fuese sostenible, sino que también sea escalable, abundante y representativa de México”.

Adrian Lopez Velarde, cofundador
y co-CEO de Desserto



[_@guidoveracl collection](#)



[_@armandotakeda desing](#)

El nopal es obtenido de diversas regiones de México de donde esta planta es endémica. **“Se cultiva de una manera totalmente orgánica y circular, después se cosecha y se procesa para utilizarla como una materia prima sustituta al plástico”**, detalla.

También es importante mencionar que la producción de este cuero contribuye al desarrollo de comunidades locales en regiones donde crece naturalmente la planta. Al fomentar la agricultura sostenible y la utilización de recursos locales, se promueve un ciclo económico más equitativo y sostenible.

Es así, que los diseñadores y las marcas de moda están utilizando este material

para crear una amplia variedad de productos. Su textura y apariencia son similares a las del cuero animal, lo que permite a los consumidores disfrutar de su alta calidad sin comprometer sus valores éticos.

“Soñamos con ver a las industrias teniendo una mínima huella ambiental, y que todos podamos disfrutar de los productos que tanto nos apasionan pero sin el remordimiento de estar impactando de una forma negativa al planeta. Nos enorgullece poder contribuir de una manera responsable en ello”, finaliza Lopez.

Sin lugar a dudas, las prácticas sostenibles representan una dirección prometedora para la industria de la moda. Al elegir alternativas éticas y respetuosas con el medio ambiente, los consumidores pueden contribuir a la preservación del planeta mientras disfrutan de productos innovadores, elegantes y con estilo.



GRUPO EDITORIAL

THEPUBLIC

**SOMOS
TU
PUERTA
AL
MERCADO**

Ventas

+521 56 2774 1902

hola@grupothepublic.com

MINI BAGS 2024



Bolso B-Buzz Mini de piel - Balmain



Bolso tipo joya_Dolce & Gabbana



Baguette Mini : Fendi



Minibolso de mano Sicily_Dolce & Gabbana

Escrito por: Estefani Rodriguez

LOS BOLSOS MINIATURA TOMAN EL ESCENARIO DE LA MODA

Estos bolsos son el secreto mejor guardado para potenciar cualquier atuendo con elegancia.

Los bolsos pequeños se han convertido en un elemento clave y distintivo en el estilo de las personas. Estas diminutas piezas no solo cumplen con su función práctica de almacenar objetos esenciales, sino que también son declaraciones de moda audaces y expresiones de individualidad.

La tendencia de los bolsos pequeños ha ganado terreno en la industria de la moda de manera significativa, desafiando la noción de que un bolso debe ser grande y espacioso para ser funcional. Estos pequeños accesorios ofrecen una nueva perspectiva, fusionando el estilo con la practicidad en un formato compacto.

Uno de los factores clave que ha impulsado esta tendencia es la creciente necesidad de movilidad y versatilidad en el estilo de vida contemporáneo. Y es que estos bolsos se adaptan perfectamente a la dinámica de una vida acelerada, permitiendo a las personas llevar consigo lo esencial sin sacrificar la moda.

Otro aspecto destacado es su capacidad para elevar instantáneamente un atuendo. Aunque son diminutos en tamaño, su presencia audaz y toque de sofisticación han cautivado a los amantes de la moda de todas partes. Las marcas de lujo y los diseñadores emergentes han respondido a esta demanda creciente, creando colecciones exclusivas de bolsos pequeños que se han convertido en íconos de estilo.

Su fusión única de funcionalidad y forma ha conquistado a aquellos que buscan expresar su individualidad sin renunciar a la comodidad. A medida que esta tendencia continúa evolucionando podemos esperar ver aún más innovaciones emocionantes en el diseño, que seguirán dejando su huella en la escena de la moda.



5 NEGOCIOS RENTABLES PARA

San Valentín



1

Desayunos encantadores

Ofrece desayunos a domicilio como el regalo perfecto para expresar amor desde la primera comida del día.

2

Dulces que enamoran

Personaliza y vende chocolates, cupcakes, muffins o brownies, agregando un toque especial con decoraciones personalizadas.



3

Regalos personalizados

Ofrece artículos personalizados con fotos o nombres de la pareja utilizando la técnica de sublimación, creando tazas, camisetas y almohadas únicas.



4

Tarjetas exclusivas:

Convierte tu creatividad en ganancias diseñando tarjetas de amor atractivas y asequibles

5

Eventos especiales:

Organiza eventos para parejas, ofreciendo deliciosa comida, bailes y cabinas fotográficas.



COMUNICACIÓN INTEGRAL



THE PUBLIC