

NOVEMBRE 2023

THE PUBLIC

N°3



ENTRETIEN

GABRIELA FRIAS

MODE PÉROU

COUVERTURE
SPÉCIALE

TENDANCES

LES VILLES DU
FUTUR VERS
2050

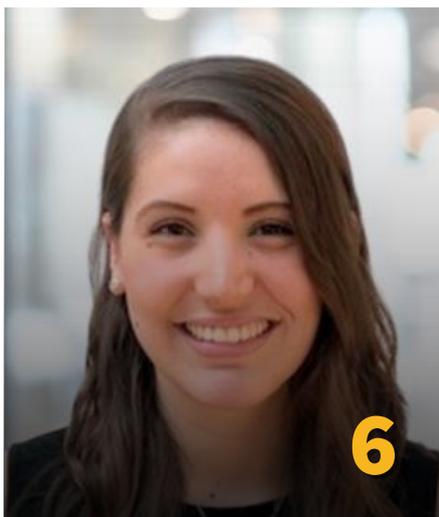
SANTÉ MENTALE

LES CLÉS POUR LUTTER
CONTRE L'ÉPUISEMENT
PROFESSIONNEL

THPUBLIC

CONTENU

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



CREZE : "NOTRE OBJECTIF EST DE DONNER PLUS D'OPPORTUNITÉS AUX ENTREPRISES"

Un meilleur accès au crédit favorise la croissance des PME, leur permettant d'investir dans l'expansion et la technologie pour être compétitives sur le marché.

NUCLEO RURAL



TECHNOLOGIE POUR UNE AGRICULTURE SANS INTERMÉDIAIRES

Avec l'évolution de la technologie, la distribution agricole se transforme et les processus sont optimisés.

CLUB DE EMPRESAS

RÉVOLUTION NUMÉRIQUE DANS LA COMMERCIALISATION DES MÉDICAMENTS

La pandémie a accéléré le commerce électronique des médicaments et des entreprises comme Fracción mènent le changement.



VIVIR TEC

PROMOUVOIR LES TALENTS FÉMININS POUR RÉDUIRE LE FOSSÉ TECHNOLOGIQUE

Dans la lutte pour réduire l'écart entre les sexes, Laboratoria mène le changement vers l'inclusivité en promouvant la participation des femmes dans la technologie.



OFFRES SPÉCIALES



LES VILLES DU FUTUR VERS 2050

Les villes durables et durables sont le meilleur héritage pour les générations futures

TH=PUBLIC

CONTENU

42

MODE SPÉCIALE PÉROU

ENTRETIEN EXCLUSIF

22



**GABRIELA FRIAS :
"MA CARRIÈRE A ÉTÉ
UNE MERVEILLEUSE
AVENTURE"**

La célèbre journaliste américano-mexicaine nous parle du journalisme, de la façon dont elle vit chaque interview et de son lien avec chaque événement mondial.

LOBEMARK

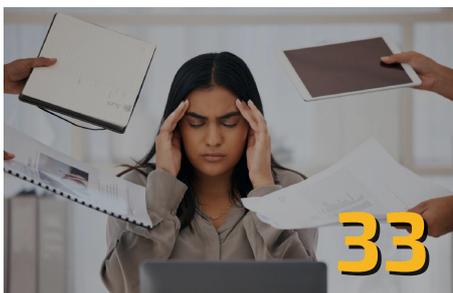
**LES VOIX FÉMININES
REDÉFINISSENT LE RÉCIT
PUBLICITAIRE**

Nous avons discuté avec Arah Kim, une créatrice mexicaine dont le travail reflète la lutte pour l'inclusion, la diversité et l'égalité des sexes.

28



SEÑOR NOTICIA



33

**LES CLÉS POUR LUTTER CONTRE
L'ÉPUISEMENT PROFESSIONNEL**

Le stress au travail est très courant lorsque les conditions de travail ne sont pas favorables, qu'il y a un manque d'harmonie et un manque de communication.

PLANETA EN VERDE

38



**Déplastifier et recycler :
les clés d'un avenir
durable**

CONSTYLING



**PILATES
CONTRE LE
STRESS AU
TRAVAIL**

Le Pilates favorise la relaxation mentale et, par conséquent, nous rend plus productifs au travail

CONPODERES



58

**ENTRETIEN
AVEC LA JEUNE
ARTISTE
FERNANDA
CHACALIAZA**

Il cherche à déconstruire un concept et à le capturer en peinture pour exprimer ce qu'il ressent et pense.



Estefani R.
ÉDITEUR

Les villes de demain se caractériseront par leur orientation vers la durabilité et l'écologie. À l'occasion de la Journée mondiale des villes, célébrée chaque 31 octobre, nous vous présentons les principales tendances à l'horizon 2050. De même, un tour des métropoles vertes du moment.

En couverture, nous sommes accompagnés de Gabriela Frías, la célèbre journaliste et présentatrice de CNN qui nous parle de son parcours professionnel, tout en abordant avec un œil critique certains des sujets les plus actuels du moment.

En se lançant dans le secteur de la technologie, Laboratoria se distingue comme la plateforme virtuelle qui permet aux femmes de se former dans l'industrie technologique. Et Waruwa se positionne comme l'application idéale permettant aux agriculteurs d'obtenir de meilleurs prix pour leurs produits.

De leur architecture éblouissante à la diversité des cultures qui convergent dans leurs rues, les villes sont le pilier de la construction de chaque vie qui les habite. Contribuer à son amélioration est l'engagement de chacun.

THEPUBLIC

MKKT
NUMÉRIQUE
CAMPAGNES
SEO & SEM

Résultats vérifiables

www.grupothepublic.com

+52 1 56 2774 1902



CREZE : "NOTRE OBJECTIF EST DE DONNER PLUS D'OPPORTUNITÉS AUX ENTREPRISES"

Un meilleur accès au crédit favorise la croissance des PME, leur permettant d'investir dans l'expansion et la technologie pour être compétitives sur le marché.

Dans un monde où les petites et moyennes entreprises (PME) sont le moteur de l'économie, un problème se pose

persistante : la difficulté d'accéder au crédit qui leur permet de croître et de prospérer.

Les PME sont souvent confrontées à des obstacles financiers qui limitent leur capacité à investir, à embaucher du personnel ou à développer leurs activités. Cette situation génère le besoin urgent de trouver des solutions qui améliorent l'accès de ces entreprises au crédit.

Selon le Centre de recherche sur les politiques publiques, au Mexique, les PME occupent une place clé dans l'économie puisqu'elles représentent 99,8 % des entreprises. Cependant, au cours des quatre dernières années, l'économie mondiale a connu une baisse écrasante de 75 % des prêts aux PME, selon le Fonds monétaire international (FMI).

L'un des avantages fondamentaux des prêts aux PME est que cela leur fournit le capital nécessaire pour financer leurs projets de croissance. Que ce soit

Pour acquérir des machines, agrandir leur espace physique ou investir dans la technologie, l'accès au crédit leur donne la possibilité d'étendre leurs opérations et d'accroître leur compétitivité sur le marché.

Dans ce contexte, Creze est une fintech mexicaine née en 2016 avec l'idée d'offrir une solution financière agile et efficace aux PME.

« Nous cherchons à approuver les crédits dans un délai maximum de 24 heures. Nous cherchons toujours des moyens d'aider le client à résoudre son problème de liquidité le plus rapidement possible.

Sandra Gazca, COO & Responsable Produits et Relations Investisseurs de Creze.

L'entreprise s'efforce de fournir, par des moyens numériques, un crédit qui s'adapte aux besoins de chaque PME. Elle propose deux types de produits financiers : des prêts avec garantie hypothécaire allant de 3 millions à 20 millions de pesos et des prêts non garantis allant de 50 000 pesos à 3 millions de pesos.

"Seulement 25 % des PME au Mexique répondent à toutes les exigences du secteur bancaire traditionnel et sont soumises au crédit. Nous cherchons à changer cette réalité et à augmenter leur productivité."

À ce jour, ils ont accumulé un portefeuille de crédit de 850 millions de pesos, mais l'entreprise a une vision plus large.

"Notre objectif est d'offrir de plus grandes opportunités aux entreprises. Au Mexique, les PME emploient 72 % de la population mexicaine, donc en leur fournissant un financement suffisant pour leur fonds de roulement, nous avons un impact indirect sur ces personnes", ajoute-t-il.



L'obtention de prêts par les PME représente non seulement un soulagement de leurs difficultés financières, mais leur donne également la possibilité de se développer, d'être compétitives sur le marché et de renforcer l'économie locale.

Caractéristiques de Crèze :

- Axé sur les PME : se spécialise dans la réponse aux besoins financiers des petites et moyennes entreprises au Mexique, un segment souvent exclu du système bancaire traditionnel en raison d'exigences restrictives.
- Flexibilité : La Fintech propose une large gamme de produits financiers, permettant aux PME de choisir l'option qui correspond le mieux à leurs besoins en fonds de roulement.
- Rapidité d'approbation : Crèze vise à approuver les crédits dans un délai maximum de 24 heures. Cette agilité est essentielle pour aider les entreprises à résoudre rapidement leurs problèmes de liquidité.

RÉVOLUTION NUMÉRIQUE DANS LA COMMERCIALISATION DES MÉDICAMENTS

La pandémie a accéléré le commerce électronique des médicaments et des entreprises comme Fracción mènent le changement.



L

a pandémie de COVID-19 a révolutionné la manière d'acquérir les médicaments, en intensifiant leur commercialisation en ligne. Aujourd'hui, les innovations ont ouvert la voie pour surmonter les défis

des réalisations historiques dans la distribution de médicaments, atteignant même les communautés les plus reculées et nous permettant de faire un pas de plus vers la démocratisation de l'accès à la santé.

Selon la Commission nationale des programmes de recherche en santé (CONAPRIS), en Amérique latine, environ deux tiers du financement des médicaments proviennent du revenu des ménages. Cela génère un fort impact sur son économie, puisque les secteurs à faibles revenus consacrent plus de 70 % de leurs dépenses de santé à l'acquisition de médicaments.

Dans ce contexte est née Fracción, une pharmacie numérique qui a su tirer parti du marché électronique et cherche à proposer des prix abordables grâce au fractionnement des médicaments au Chili.

“

La pandémie a été une grande progrès pour nous car la situation sanitaire a accéléré la digitalisation. Fraccion disposait déjà d'un modèle numérique et cela nous a permis d'accélérer notre croissance.”

Javier Vega, directeur exécutif et fondateur.

Au Chili, 48 % des pharmacies sont situées dans la zone métropolitaine, alors qu'au moins 50 communes n'ont pas accès aux médicaments, ce qui touche environ 300 000 personnes dans tout le pays, selon le ministère de la Santé.

Fraccion répond à ce problème crucial en facilitant l'accès aux médicaments dans les zones reculées, puisque son approche établit également des accords avec les municipalités pour acheminer les médicaments là où les pharmacies privées n'existaient pas auparavant.

« Nous sommes une entreprise née avec l'idée de générer un impact positif grâce à l'accès aux médicaments. Aujourd'hui, nous avons un triple impact : économique, social et environnemental, c'est pourquoi nous avons été certifiés entreprise B. »

L'entité chargée d'accorder la certification aux entreprises B est B Lab, une organisation créée aux États-Unis en 2006 et qui a ensuite étendu sa portée à l'Amérique latine. Cette entreprise, qui évalue rigoureusement les performances sociales et environnementales, ainsi que la transparence et la responsabilité d'entreprise, a accordé à Fracción sa certification, ce qui en fait la première pharmacie latino-américaine à être reconnue comme entreprise B.

Malgré cela, l'un des plus grands défis a été le manque de connaissances sur le système de fractionnement au Chili, explique l'homme d'affaires. Malgré les différentes politiques publiques qui ont permis ce système depuis 2014, les gens ne connaissaient pas la possibilité d'acheter uniquement les médicaments dont ils avaient besoin sans dépenser plus.

Selon l'Organisation mondiale de la santé, en Amérique latine, au moins 38 % des pays ne disposent pas de politiques nationales réglementant l'accès aux médicaments essentiels. Dans quelques pays seulement, comme le Pérou et le Mexique, l'accès aux médicaments est constitutionnellement reconnu comme un droit fondamental.

Aujourd'hui, Fracción est valorisée à 25 millions de dollars et envisage d'augmenter son capital pour s'étendre à d'autres pays d'Amérique latine comme le Mexique, la Colombie et le Pérou.

Au Chili, ils cherchent à créer un système d'abonnement numérique qui soutienne les personnes atteintes de maladies chroniques et qui ont besoin



de médicaments périodiquement, les aidant à acquérir leurs médicaments plus facilement et à la porte de leur maison.

La pharmacie numérique a non seulement transformé la commercialisation des médicaments, mais a également montré que la technologie peut être un allié puissant même dans les secteurs les plus traditionnels.

Avantages du fractionnement des médicaments :

- Sécurité accrue des patients, avec moins d'événements indésirables dus aux erreurs de distribution.
- Simplification de la gestion des stocks.
- Rationaliser la délivrance des médicaments.
- Moins de pratiques d'automédication.
- Optimisation du suivi et de l'observance des traitements.

PROMOUVOIR LES TALENTS FÉMININS POUR RÉDUIRE LE FOSSÉ TECHNOLOGIQUE

Dans la lutte pour réduire l'écart entre les sexes, Laboratoria mène le changement vers l'inclusivité en promouvant la participation des femmes dans la technologie.

D

ans un monde porté par la transformation numérique, les carrières liées à la technologie sont essentielles au développement économique.

Cependant, l'écart persistant entre les sexes est un phénomène qui a limité la promotion des femmes dans ces domaines.

S'attaquer à ce problème signifie non seulement corriger une inégalité, mais également garantir que les femmes contribuent pleinement à la création et à l'application des technologies qui façonneront demain.

Selon les données de l'UNESCO, jusqu'en 2022, en Amérique latine et dans les Caraïbes, la présence de femmes dans les carrières STEM (sciences, technologies, ingénierie et mathématiques) était de 35 %, ce qui dans le monde du travail ne représentait qu'un tiers des salariés diplômés dans ces domaines.

Les femmes sont largement découragées de choisir des carrières connexes



avec la science et la technologie parce qu'il existe une grande méfiance à l'égard de leurs propres performances, en plus du fait qu'elles sont souvent sous-estimées et mal promues, affirme l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Convaincue qu'il est possible de briser les stéréotypes et de réduire l'écart entre les sexes dans le domaine de la technologie, Laboratoria est née, une organisation à but non lucratif qui promeut la formation des femmes dans l'industrie technologique.

"Promouvoir la participation des femmes dans les domaines technologiques implique de surmonter de multiples barrières culturelles, structurelles et socio-économiques"

« Dans un continent en pleine transformation numérique, les entreprises latino-américaines doivent investir de plus en plus dans l'inclusion des femmes dans leurs équipes technologiques »

Regina Acher, co-fondatrice et directrice marketing de Laboratoria au Brésil.

Laboratoria contribue de manière significative à la transformation des carrières et à l'inclusion des femmes dans l'industrie technologique. Cependant, pour remédier à l'écart entre les sexes dans le domaine de la technologie, il faut des efforts coordonnés aux niveaux mondial et local pour remédier à cette disparité.

L'organisation s'engage à parvenir à une économie numérique plus diversifiée et compétitive grâce à des bootcamps intensifs de six mois qui enseignent des compétences techniques et pratiques aux femmes qui n'ont pas encore pu lancer leur carrière professionnelle ; De même, guider les diplômés pour les positionner dans le monde du travail.

À ce jour, Laboratoria a réussi à former plus de 3 500 femmes d'Amérique latine, avec une employabilité impressionnante de 79 % et une satisfaction de 98 % parmi les étudiantes à la fin du bootcamp.

L'organisation est dans une période d'expansion, atteignant cinq nouveaux pays en 2023, portant sa présence à 11 pays d'Amérique latine, dont le Chili, le Pérou, le Brésil, le Mexique et le Costa Rica.

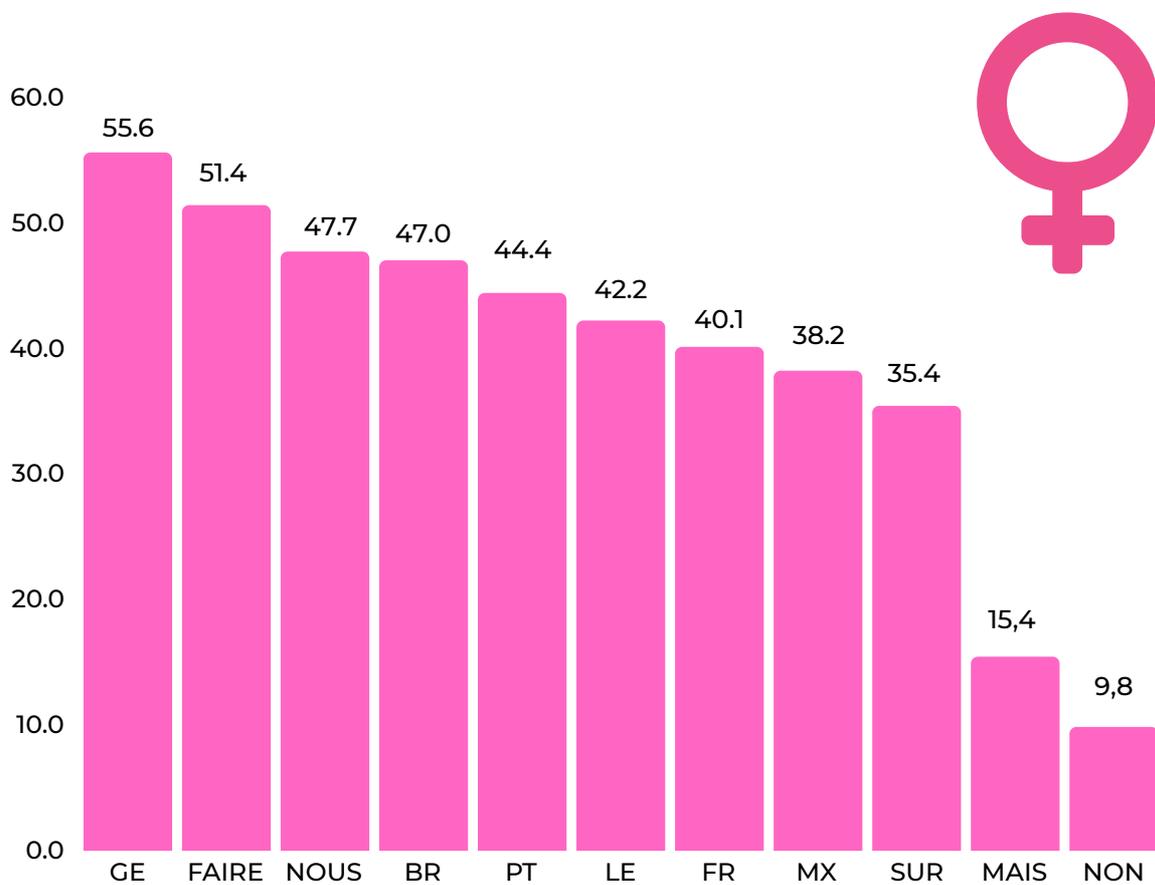


En outre, donner aux femmes des chances égales de progresser et d'exceller dans des disciplines telles que la technologie contribue à réduire l'écart salarial entre les sexes,

augmente la stabilité économique des femmes et assure la présence d'une main-d'œuvre diversifiée et compétente.

LES FEMMES EN STEM : DÉFI DANS LE MONDE

Pourcentage de femmes par rapport au total des employés travaillant dans les domaines STEM* EN 2020



*Sciences, technologies, ingénierie et mathématiques. Pays sélectionnés

Source : Statista



negociosparanegocios.com

CLIQUEZ ET
DÉVELOPPEZ VOTRE
ENTREPRISE

**Negocios
para**

Negocios

TECHNOLOGIE POUR UNE AGRICULTURE SANS INTERMÉDIAIRES

Avec l'évolution de la technologie, la distribution agricole se transforme et les processus sont optimisés.



Nelson Rodriguez, fondateur de Waruwa

L'un des problèmes latents du secteur agro-industriel est l'excès d'intermédiaires dans la chaîne de distribution qui augmentent les prix, affectant à la fois les consommateurs et les producteurs.

Dans ce contexte, la technologie apparaît comme un élément crucial pour relever le défi et établir un équilibre économique plus durable grâce à l'optimisation des processus.

Au Mexique, par exemple, les coûts alimentaires augmentent de 15 à plus de 300 % dans la chaîne de distribution, selon l'Agricultural Market Consulting Group. Par exemple, pour des fruits comme les tomates en 2022, le producteur était payé 6,3 pesos et le produit était vendu au consommateur pour 24,7 pesos, ce qui représente une augmentation de prix de 333 %.

Par ailleurs, à l'échelle mondiale, l'Organisation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture (FAO) estime qu'entre 14 et 20 % de la nourriture produite est perdue aux différentes étapes de la distribution, ce qui est en grande partie dû à la hausse des prix.

Face à ce problème du secteur agro-industriel, est née Waruwa, une plateforme numérique qui cherche à optimiser la distribution des fruits et légumes en Colombie, permettant aux producteurs et aux consommateurs d'avoir un contact plus direct.

Nelson Rodriguez, fondateur de Waruwa

Waruwa résout les difficultés de vente des agriculteurs en achetant directement leurs récoltes et en assumant la logistique du transport. Ensuite, depuis sa plateforme numérique, elle propose ces produits aux restaurants, aux chaînes de supermarchés et aux magasins de proximité. Cela profite particulièrement aux petits producteurs, car cela leur permet d'accéder à des marchés plus vastes et d'obtenir des bénéfices plus équitables.

Bien qu'ils aient eu des complications après la pandémie, ils comptent actuellement une centaine de producteurs actifs, dont 92 % sont de petits agriculteurs qui ont trouvé un canal de vente sûr pour leurs récoltes à Waruwa.

Le raccourcissement de la chaîne de distribution permet aux agriculteurs d'obtenir de meilleurs prix, ce qui a un impact direct sur les communautés agricoles, en améliorant les conditions de vie et en encourageant les investissements dans des techniques agricoles plus durables.

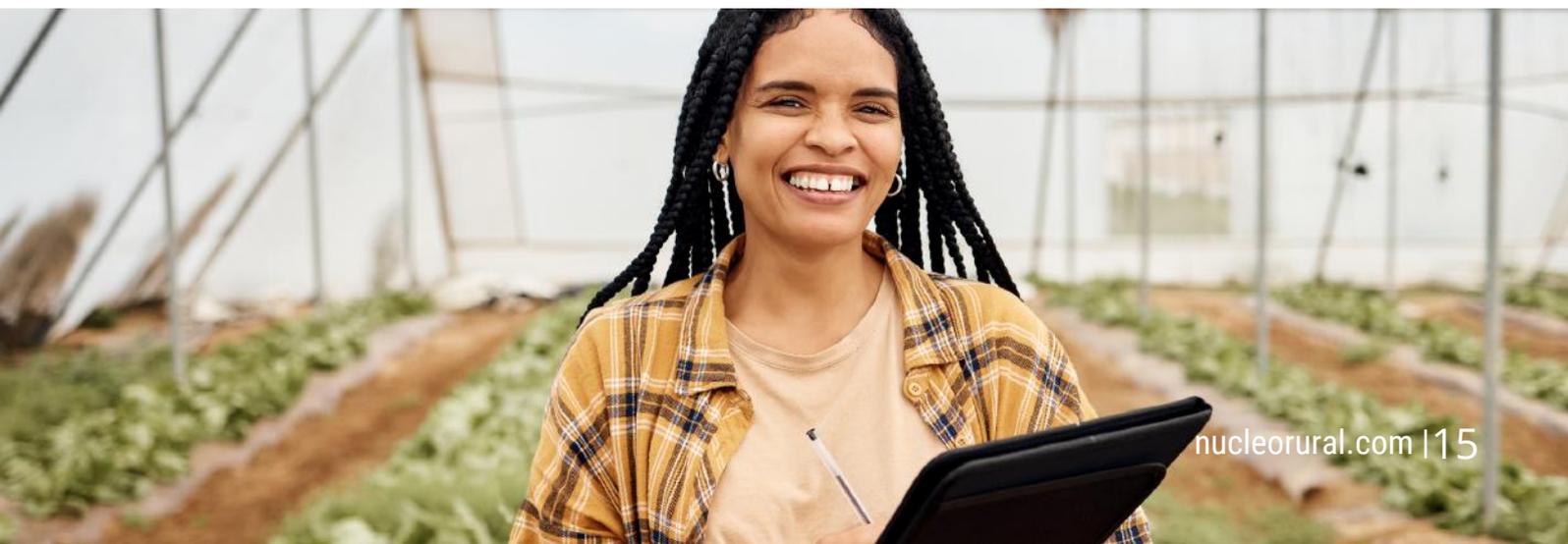
Par ailleurs, la décentralisation de la commercialisation permet non seulement aux producteurs de proposer une plus grande variété de produits, mais elle favorise également la préservation de variétés traditionnelles et moins commerciales qui sont souvent oubliées.



« À l'avenir, nous cherchons à avoir une plus grande participation des producteurs, non seulement avec un soutien logistique, mais aussi avec un soutien à la production comme le crédit, l'orientation et l'assurance pour faire face aux problèmes que rencontrent les agriculteurs »

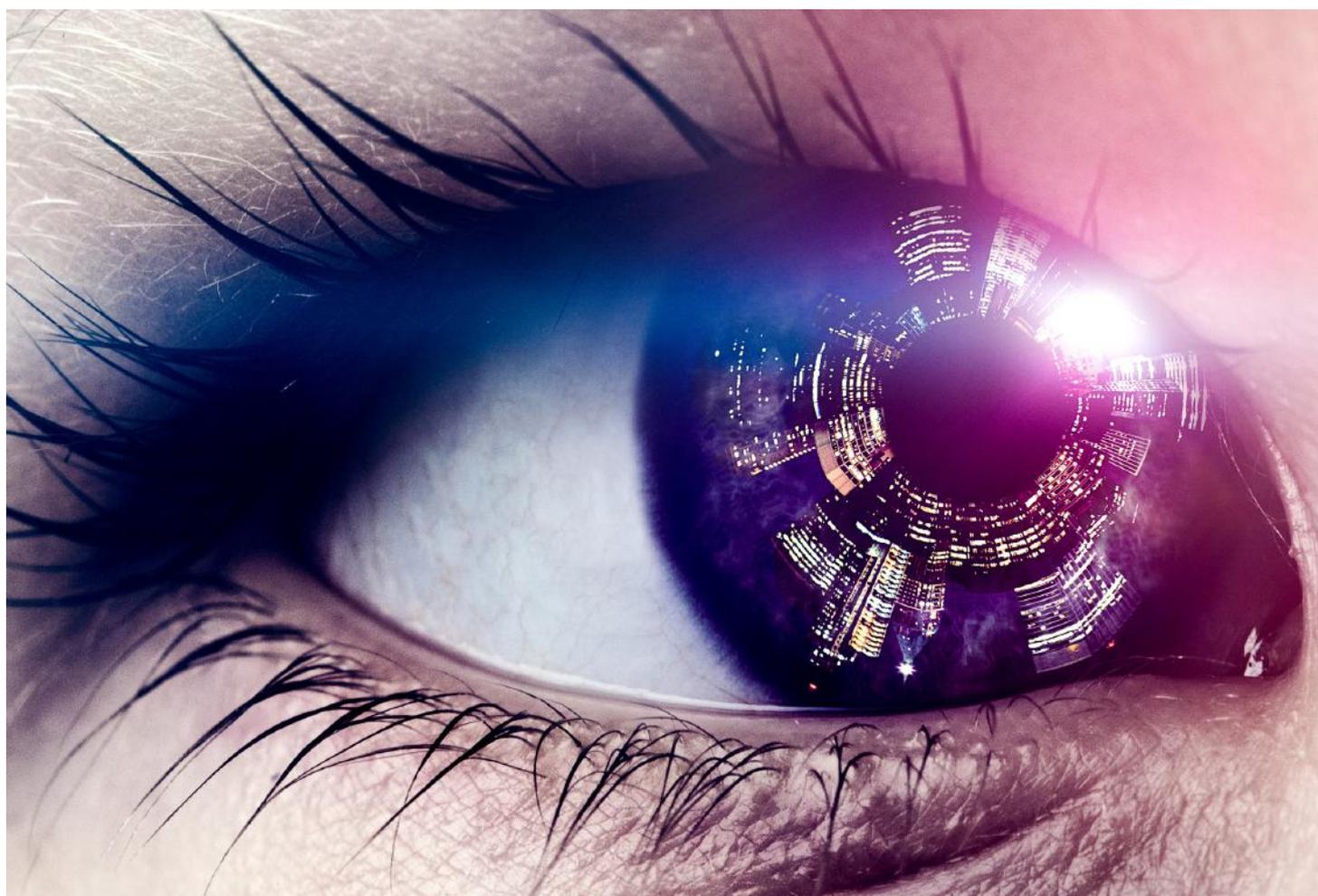
Principaux problèmes de la chaîne de distribution dans le secteur agro-industriel :

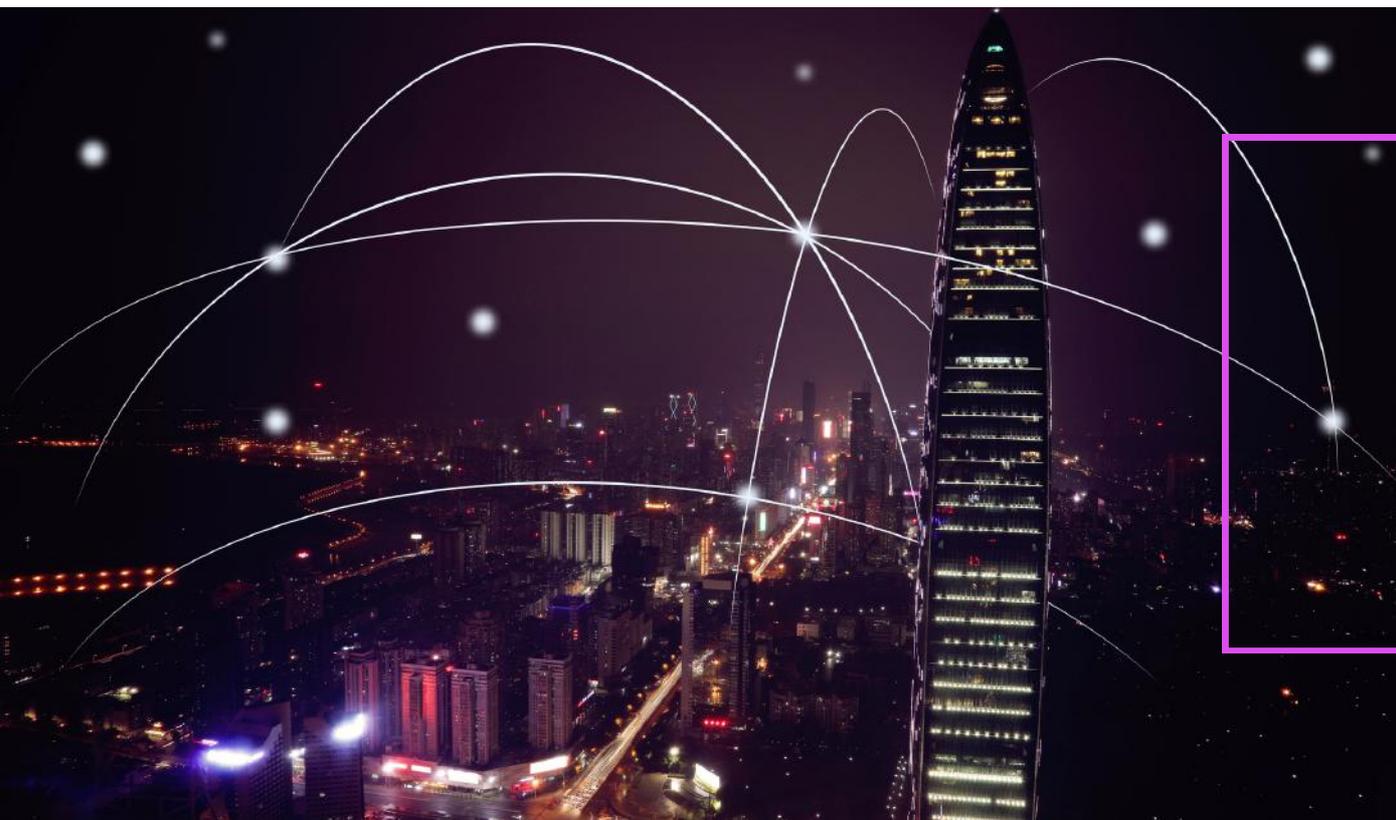
- En Amérique latine, 70 % des bénéfices d'un produit agricole vont aux intermédiaires.
- En Colombie, les intermédiaires mettent entre 30 et 90 jours pour payer les agriculteurs après avoir obtenu les produits.
- À l'échelle mondiale, entre 14 et 20 % de la nourriture produite est perdue aux différentes étapes de la distribution.



Les villes durables et durables sont le meilleur héritage pour les générations futures

LES VILLES DU FUTUR VERS 2050





Dans un monde confronté à divers défis environnementaux, la construction de villes durables et durables est devenue un élément fondamental pour garantir un avenir prospère et équitable.

En outre, la création d'environnements urbains donnant la priorité à la durabilité profite non seulement à l'environnement, mais améliore également la qualité de vie de ses habitants et contribue à la prospérité économique à long terme.

Bien que l'Organisation des Nations Unies (ONU) ait proclamé le 31 octobre Journée mondiale des villes depuis 2014, il est important d'œuvrer pour une plus grande incitation au développement de métropoles plus vertes afin de promouvoir le bien-être mental, de favoriser la socialisation et d'encourager l'activité économique.

Selon les experts, d'ici 2050, certaines des tendances urbaines qui façonneront l'avenir sont les suivantes :

Mobilité durable

Dans le but de réduire l'impact environnemental et de promouvoir des transports plus efficaces et inclusifs, les véhicules électriques, les transports publics efficaces et l'autopartage se sont améliorés pour faciliter la mobilité multimodale.



Au cours des années à venir, l'adaptation de l'usage du vélo dans les villes se poursuivra comme alternative économique, écologique et sûre pour se déplacer. De plus, dans certaines grandes villes, comme Mexico, les flottes de bus ont commencé à se moderniser et disposent désormais de véhicules électriques et hybrides.”

Francisco Pérez, urbaniste

Une meilleure planification urbaine

Au début du siècle, il y a eu une dispersion urbaine importante qui a généré un problème sérieux, de sorte que les complexes d'habitations construits à cette époque consommaient d'énormes terres naturelles, généraient beaucoup de pollution dans les transports en raison de l'éloignement des sources d'emploi, et n'avait pas tous les services.

« Le développement durable est devenu un besoin majeur pour la population car les nouvelles générations concernées par des questions telles que la nature et le changement climatique sont de plus en plus conscientes », ajoute Pérez.





Efficacité énergétique dans la construction

La décarbonisation du secteur du bâtiment d'ici 2050 sera un autre facteur clé pour réduire les émissions mondiales et mettre les métropoles sur une voie durable. Le secteur de la construction doit améliorer la performance énergétique des bâtiments, réduire l'empreinte carbone des matériaux de construction et accroître les investissements dans l'efficacité énergétique.

“ Pour migrer vers un industrie de la construction durable, l'utilisation de matériaux renouvelables et recyclables est vitale, ainsi que la réduction de l'énergie grise dans leur fabrication, la consommation énergétique du bâtiment fini, les déchets de chantier et, bien sûr, la protection des habitats naturels pendant et après la construction phase. ”

Brenda Salas, responsable du marketing et des communications internes pour l'Amérique latine chez Owens Corning

Technologie intelligente

Certains centres urbains utilisent déjà des technologies telles que l'intelligence artificielle (IA) pour améliorer leurs processus, grâce à des systèmes basés sur l'apprentissage automatique, qui collectent à tout moment des informations à l'aide du big data.



Vienne

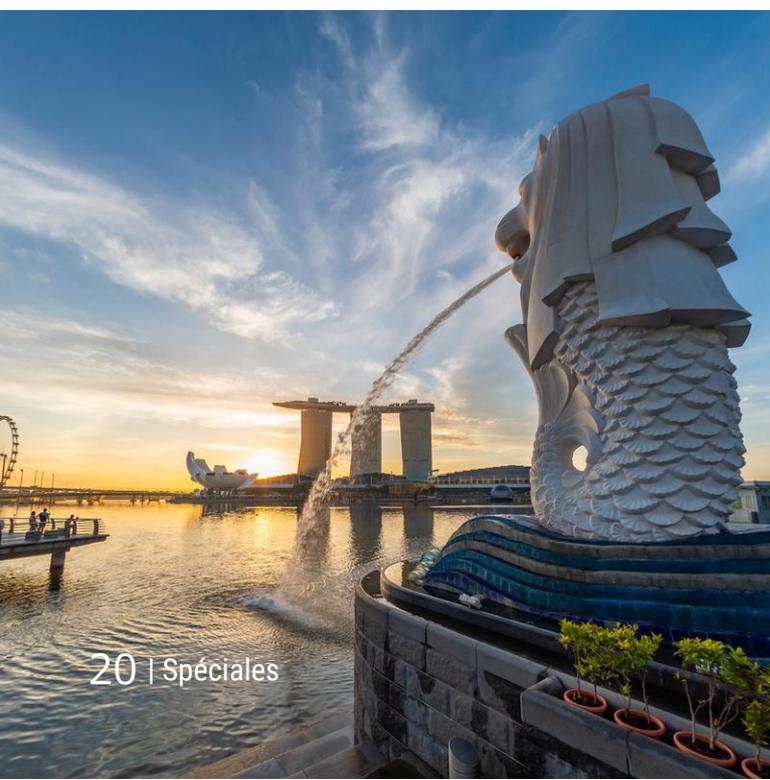
Considérée dans le Global Liveability Index de The Economist, comme la meilleure ville au monde où vivre. La capitale autrichienne vante la qualité de vie de ses habitants pour : les infrastructures, la santé, la culture et l'environnement, ainsi que l'éducation et la stabilité. Parmi certaines de ses avancées, la métropole est reconnue pour son système de transports publics bien développé qui comprend des tramways, des bus et des trains souterrains (U-Bahn).

Malgré les énormes défis que ces tendances imposent, certaines villes commencent déjà à surfer sur la vague verte, parmi lesquelles :



Singapour

Reconnue internationalement pour ses efforts en matière de durabilité et de résilience environnementale, une telle « ville intelligente » se distingue par la mise en œuvre de technologies avancées et la collecte de données visant à améliorer la qualité de vie des résidents et à relever les défis urbains.



Vancouver

Située dans le top 5 des meilleures villes où vivre selon The Economist, cette métropole s'est distinguée en termes d'urbanisme durable, d'accès à l'énergie hydroélectrique propre et de végétation urbaine, se distinguant dans cette dernière par son initiative Greenest City Action Plan. À son tour, Vancouver s'efforce d'atteindre l'objectif de devenir une ville sans carbone d'ici 2050.



San Francisco

Pionnière dans la promotion des énergies renouvelables et de la gestion des déchets, cette ville s'est engagée à réduire les émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. De plus, compte tenu de l'inquiétude suscitée par la sécheresse en Californie, San Francisco se distingue par son innovation technologique en matière de conservation de l'eau.



En effet, les villes durables et durables représentent une lueur d'espoir. Dans la mesure où des progrès sont réalisés dans cette direction, la voie est ouverte à un monde plus habitable et plus prospère, en harmonie avec la nature.

New York

Étant l'un des centres urbains les plus grands et les plus emblématiques du monde, la Big Apple a investi dans la technologie pour améliorer la gestion du trafic, la sécurité publique et l'efficacité des services municipaux. À son tour, cette ville promeut des initiatives telles que le projet 80x50, qui propose une réduction des gaz à effet de serre, ainsi que Vision Zéro, qui cherche à réduire les accidents de la route et à promouvoir la sécurité des piétons.



GABRIELA



FRÍAS

“**Ma carrière a été une merveilleuse aventure**”

La célèbre journaliste mexicaine nous parle du journalisme, de ses expériences et de son lien avec chaque événement mondial.



E

lle n'aurait jamais imaginé devenir présentatrice de télévision. Pour Gabriela Frías, l'une des figures les plus talentueuses du journalisme international, l'opportunité s'est présentée d'un moment à l'autre, en

2000, lorsque le journal mexicain Reforma, dont il faisait partie, réalisait un projet avec la chaîne d'information internationale CNN en Español. Après cela, son évolution professionnelle a été exponentielle.

Elle reconnaît qu'avoir débuté dans la presse écrite, puis passer à la télévision, lui a permis de mieux comprendre le niveau de responsabilité que doit assumer tout journaliste lorsqu'il fait un reportage. Ce niveau d'empathie qui se connecte à chaque histoire racontée par ses interviewés.

Être productrice et présentatrice d'espaces financiers et commerciaux tels que Mercado México, Portafolio Global, CNN Dinero et En Efectivo a été pour elle un grand voyage et aussi une leçon, puisqu'elle a appris qu'un jour ça peut être très bien, mais ça finit et en même temps, le lendemain est une toile vierge qui la met au défi de fournir la meilleure couverture possible à travers sa vocation de service.

Bien qu'elle ait débuté dans le domaine économique et qu'elle soit aujourd'hui également plongée dans la politique, la journaliste reconnaît que les deux sujets n'ont jamais été séparés, c'est pourquoi des événements comme les attentats terroristes du 11 septembre, ce qu'ils ont représenté et leur impact ont marqué sa carrière. Les problèmes d'immigration, tels que la loi SB1070 de l'Arizona, ont été une constante, participant même à des documentaires sur l'Amérique latine et la population hispanique.

« Être présent avec les familles dans les lieux où arrive « la migra » (migration), voir comment elles se cachent ou s'enfuient pour ne pas se faire emmener, écouter leur demande de ne pas les laisser abandonnées, a été choquant.



Christine Lagarde, présidente de la Banque centrale européenne

Face à un monde divisé par des conflits armés, il considère que les guerres comme celles de la Russie et de l'Ukraine affectent l'économie européenne et mondiale sous différents aspects : « la question énergétique, bien sûr, n'est pas mineure, surtout sur un continent qui dépend tellement des importations de pétrole. Cependant, je crois que le côté alimentaire a été l'un des moments les plus difficiles, étant donné que le monde sortait tout juste des conséquences du COVID-19 et qu'il y avait des ménages qui étaient très serrés financièrement. En dehors de cela, certains gouvernements, ceux qui ont aidé la population, se sont retrouvés avec les poches vides.

Le conflit entre Israël et le Hamas est une autre des luttes qui continuent à nous affecter, et ici, Frías souligne que même si Israël est un important fournisseur et exportateur en termes de production, dans cette guerre particulière, la question humanitaire est la plus touchée. « Depuis les terribles attentats du 7 octobre, le monde est extrêmement divisé, même dans les écoles et les universités. Ce conflit a généré cette divisibilité en termes d'opinions des personnes et des sociétés dans différentes parties du monde et la difficulté de concilier ces positions. L'impact humanitaire et idéologique est le plus présent.



“ Depuis des années, les attentes en matière de services de santé, d’éducation et d’infrastructures ne sont pas satisfaites, ce qui a généré un énorme mécontentement social, non seulement en Amérique latine, mais particulièrement sur ce continent où il reste des défis de pauvreté et d’inégalité à résoudre. ”

Dans ce contexte, les personnes ont été les plus touchées et évidemment leur santé mentale. Les mères qui luttent pour leur vie et celle de leurs enfants cherchant refuge lors des bombardements à Gaza ou les enfants qui meurent avec leurs parents en essayant de traverser le Rio Grande, sont des situations qui génèrent un choc dans la société et même si la solution doit être discutée, elle ne le fait pas. Je n'en arrive pas à ce point.

Pour le journaliste, le monde est dans une sorte de traumatisme post-covid où l'on est moins tolérant et parle peu. En Amérique latine, soulignait-il également, nous avons des institutions et des autorités discréditées.

La tendance à la formation de gouvernements populistes met en danger les pays de la région, qui doivent non seulement faire face aux problèmes existants, mais aussi aux nouveaux risques qui accompagnent chaque élection présidentielle. Selon Frías, le problème existe quand, au sein de cette grande popularité, il y a une méconnaissance des institutions, de l'équilibre des pouvoirs et qu'il y a une vision plus personnelle qu'une vision du pays. Au risque que beaucoup de gens, surtout dans les communautés les plus oubliées, aient l'impression qu'il s'agit du leader sauveur, mais c'est à nous, citoyens, d'être clairs sur notre responsabilité : si nous élisons ce type d'autorités ou si nous essayons de trouver quelqu'un qui a un plan pays qui nous semble cohérent.



Gabriela Frías est claire sur le fait qu'un bon journaliste doit faire preuve d'empathie dans n'importe quelle situation pour établir un lien étroit et raconter sa meilleure histoire, et que malgré les défis quotidiens, le journalisme est sa grande passion. «Ma carrière a été une merveilleuse aventure. « Cela m'a ouvert les portes du monde et m'a fait mieux comprendre ma propre région », elle conclut.

Les voix féminines redéfinissent le récit publicitaire

Nous avons discuté avec Arah Kim, une créatrice mexicaine dont le travail reflète la lutte pour l'inclusion, la diversité et l'égalité des sexes.

L

es campagnes publicitaires ont une puissante influence sur la perception et la construction des rôles et des stéréotypes. Promouvoir l'égalité des sexes

dans ce secteur est une étape cruciale vers la construction d'une société plus juste et équitable.

En outre, les femmes constituent un marché cible important pour de nombreux produits et services ; Par conséquent, avoir une compréhension approfondie de leurs besoins, de leurs désirs et de leurs expériences est essentiel au succès de nombreuses marques.

En ce sens, les femmes occupant des postes de direction peuvent contribuer à une meilleure compréhension de ce marché et à la création de campagnes publicitaires plus efficaces.



Arah Kim est une jeune activiste, publiciste et actuellement directrice créative associée chez Wieden+Kennedy Mexique. Il est également membre du conseil d'administration de Círculo Creativo, l'association qui célèbre les talents créatifs au Mexique et promeut les idées de demain.

Depuis sa position de défenseure de l'égalité des sexes, Arah a travaillé sur différents projets qui ont pour pilier l'inclusion. Dans l'interview suivante, nous en apprendrons davantage sur sa carrière et sa contribution à l'industrie créative.

1. Selon vous, quelle est votre approche ou votre style distinctif en matière de publicité ?

Au fur et à mesure que vous grandissez et participez à différents projets, vous le trouvez. Certains de mes travaux les plus pertinents concernent l'aspect social, en particulier l'évolution des perspectives dans le sens de l'inclusion et de la diversité grâce à la publicité.

Le plus important dans cette carrière, c'est d'être conscient qu'on a beaucoup de responsabilités. La publicité a tendance à être considérée comme un travail sans importance, mais elle a un impact considérable sur l'économie, la culture et la société, au-delà de la vente d'un produit.



2. La publicité implique souvent de travailler avec des marques et des produits divers, comment vous adaptez-vous aux différents secteurs et publics ?

L'une des choses que j'aime faire face à tout projet de marque est de faire des recherches très approfondies. La publicité est très liée à la culture, vous ne pouvez pas faire une publicité pour un marché que vous ne connaissez pas ou sans un minimum de recherche, car alors elle ne fera pas de lien. Nous devons être très responsables dans la représentation de la réalité, ne pas maquiller ou stéréotyper les contextes.

Sans stratégie, pas de créativité. Les marques et les produits sont comme les personnes et il est très intéressant de les connaître en profondeur pour savoir qui ils sont et comment ils s'expriment. Il ne s'agit pas d'inventer un besoin, mais plutôt de se connecter avec des personnes qui ont réellement un besoin, aussi banal soit-il, et qui se sentent identifiées à la marque.





4. Vous avez participé au programme See It Be It, en quoi consiste-t-il ?

Ce programme est un accélérateur pour les futurs leaders où ils découvrent leurs capacités et les développent. Grâce au mentorat et aux discussions, ils vous apprennent à reconnaître vos valeurs en tant que personne, ainsi que votre point de vue et votre vision en tant que professionnel.

La majorité des femmes sélectionnées sont des créatrices et des actrices de changement dans leur pays, qui reconnaissent les inégalités dont elles sont victimes, mais qui ne restent pas spectatrices.

Le programme recherche ces femmes qui, avec leur voix et leur talent, changent les perspectives, et le plus intéressant est que c'est un programme qui est également ouvert aux personnes non binaires et transsexuelles, car elles occupent le moins de postes de direction.

3. Quelle a été la campagne qui vous a donné le plus de satisfaction ?

J'en ai récemment sorti un pour Nike. Cette campagne est la plus importante jamais réalisée au Mexique pour l'équipe féminine de football et j'ai eu le grand privilège d'être l'un des créateurs derrière ce projet.

J'aime la campagne parce qu'elle véhicule un message très puissant qui passe par un événement historique qui se produit dans le sport, en particulier dans le sport féminin. Il s'inspire des histoires personnelles de chacune d'elles, mais il représente aussi ce que les femmes ont vécu non seulement dans le football, mais dans toutes les disciplines. Comment nous avons gagné de l'espace et avons dû perdre les stéréotypes et mettre la peur de côté.

J'aime le fait que Nike soit une marque si engagée en faveur de l'inclusion et de l'égalité dans le sport, mais j'ai aussi apprécié l'opportunité de travailler avec des femmes qui font du militantisme dans leur discipline.



5. Quels conseils donneriez-vous aux femmes qui souhaitent poursuivre une carrière dans la publicité et également être reconnues dans l'industrie ?

Il s'agit en grande partie d'une question d'action personnelle, car peut-être attendons-nous parfois que le changement commence avec d'autres personnes. Les femmes doivent commencer à se sentir suffisamment en confiance pour élever la voix. D'après mon expérience, j'étais de ceux qui gardaient le silence, qui préféraient que d'autres parlent à ma place, et c'était parce que je n'avais pas la confiance ou la sécurité de savoir si ce que je disais était correct, j'avais peur de faire un erreur et maintenant je sais que ce n'est qu'en perdant ces peurs que nous pouvons grandir.

Quelque chose qui a définitivement changé ma carrière a été de ne pas attendre l'opportunité de quelqu'un d'autre et de commencer à démontrer la créativité et le talent que j'avais par moi-même. Si à un moment donné nous n'avons pas d'opportunités, nous pouvons commencer par des projets personnels, puisque l'agence de publicité n'est pas responsable de créer nos carrières ni de définir qui nous sommes en tant que créatifs. De plus, si nous attendons des opportunités, il y aura beaucoup de frustration, nous devons créer des espaces où nous pouvons exprimer et célébrer tout ce que nous sommes.

6. En parlant d'inclusion, que pourriez-vous souligner de la publicité mexicaine par rapport à ses pairs d'Amérique latine ?

Au Mexique, il y a eu beaucoup de progrès sur ces questions et je suis heureux qu'il y ait une plus grande représentation de la mexicainité. De nos jours, les Mexicains se sentent de plus en plus fiers de leurs racines, de qui ils sont, et cela se voit dans les graphiques et les publicités. On peut dire que les barrières sont brisées et que l'industrie s'intéresse de plus en plus à la réalité.



PUBLICITÉ

BLOG

Lobe Mark

**PUBLICITÉ
MARKETING
NUMÉRIQUE**



lobemark.com



LES CLÉS POUR LUTTER CONTRE LE BURN-OUT

Le stress au travail est très courant lorsque les conditions de travail ne sont pas favorables, qu'il y a un manque d'harmonie et un manque de communication.

L

'épuiement professionnel, appelé « burnout », est un phénomène croissant dans le monde moderne qui touche à la fois les travailleurs et les

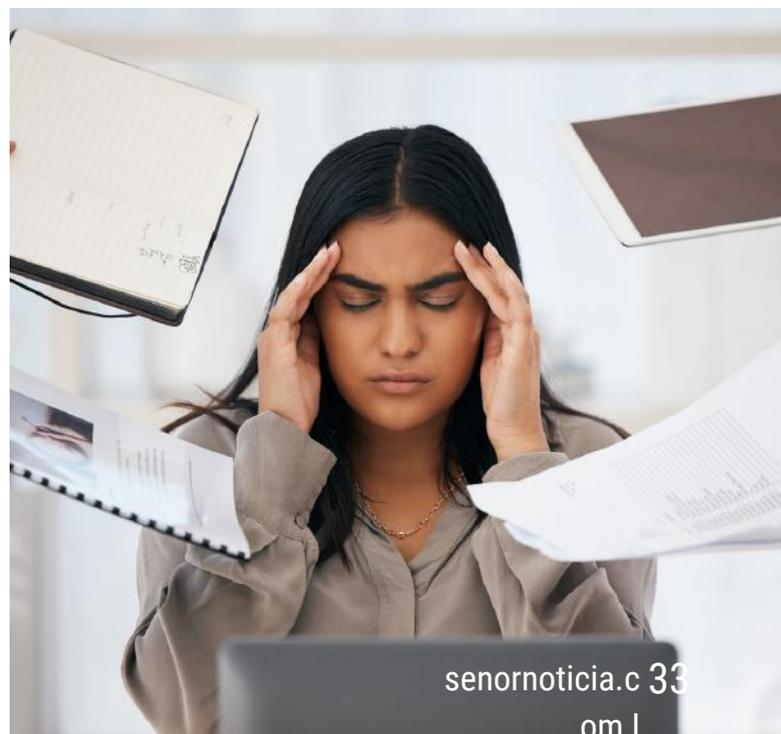
entreprises de manière significative. Cela se caractérise par un épuiement physique et mental extrême, provoqué par un stress chronique et une surcharge de travail.

Du point de vue des travailleurs, faire face à cette situation est dévastateur. Cela peut entraîner une diminution de la satisfaction au travail, une faible estime de soi et un sentiment d'être pris au piège dans un cycle épuisant.

D'un autre côté, les entreprises sont également confrontées à de graves conséquences en raison de la diminution des performances et du manque d'engagement de leurs salariés, car cela affecte directement la productivité et la qualité du travail.

“ Lorsqu’une personne commence à avoir des problèmes de santé mentale/émotionnelle, il est très courant que ses performances diminuent, qu’elle manque de concentration pour bien performer, qu’elle commence à arriver en retard au travail et même qu’elle s’absente complètement.”

Sandra Rivera Bravo, psychologue thanatologue, spécialiste de la psychothérapie systémique humaniste et du traitement de l'anxiété.



De même, des comportements visibles se manifestent sous la forme de liens avec les pairs, comme l'irritabilité ou le retrait. Et dans certains cas, des symptômes physiques apparaissent qui poussent la personne à consulter un médecin, les plus courants étant : gastrite, colite, allergies, psoriasis, migraine, insomnie, manque ou excès d'appétit, entre autres.

À mesure que ces symptômes progressent et deviennent chroniques, les travailleurs peuvent éprouver des problèmes tels que l'insomnie, l'anxiété, la dépression et des problèmes cardiovasculaires. Ces effets négatifs peuvent s'étendre à la vie personnelle, affectant les relations et la qualité de vie globale.

Comment vaincre le burn-out ?

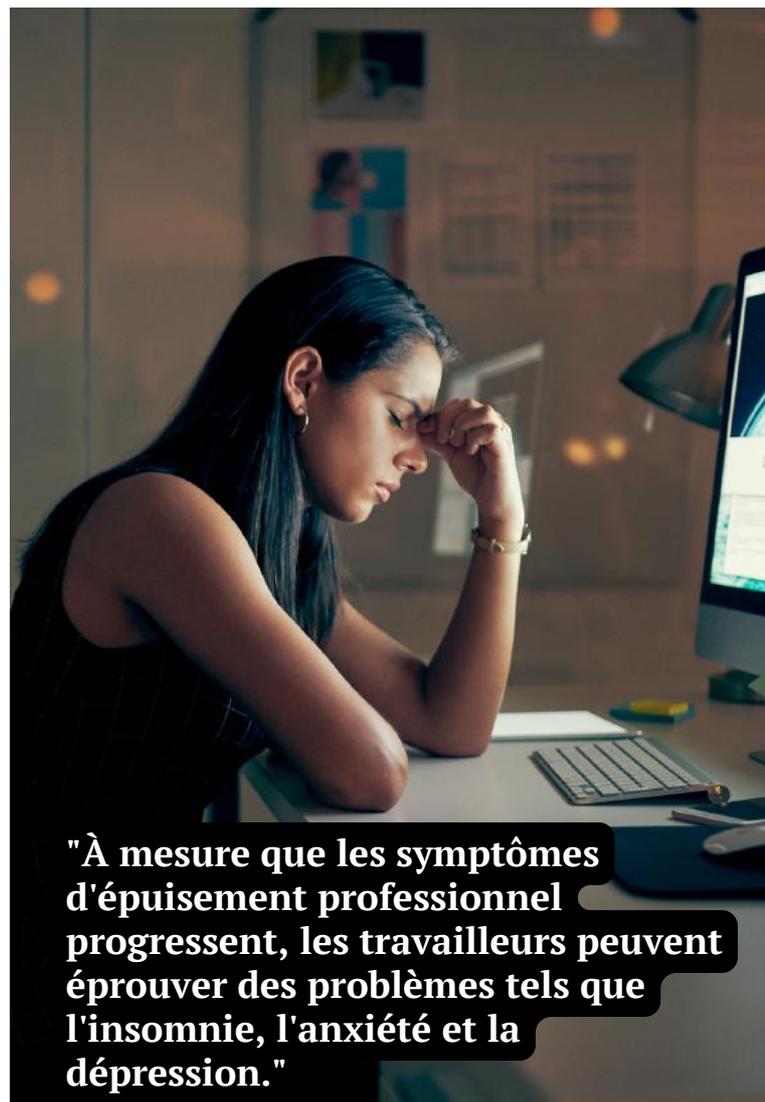
L'épuisement professionnel est très courant lorsque les conditions de travail ne sont pas favorables, comme dans un environnement non harmonieux caractérisé par un manque évident de communication et de souci des collaborateurs. Cela signifie qu'en se trouvant dans ce type d'environnement, les gens sont soumis à un stress chronique, qui soumet le corps et l'esprit à une usure constante.

Du côté des salariés, « ils doivent développer des compétences qui leur permettent de gérer le stress avec plus d'assurance, comme l'apprentissage de la respiration diaphragmatique, de la méditation, de la pleine conscience, de l'exercice, d'une alimentation équilibrée, de bonnes habitudes de sommeil et de loisirs. Si vous êtes à un niveau avancé, vous pouvez vous adresser à un spécialiste en santé mentale », recommande la psychologue.

De même, il est essentiel que les organisations adoptent des mesures proactives pour favoriser un environnement de travail

en bonne santé. Selon Sergio Barrientos, coach motivationnel et mentor péruvien, certaines mesures importantes que les employeurs peuvent prendre sont :

- Générer des relations de confiance et de respect entre les collaborateurs.
- Promouvoir une communication affirmée, avec un feedback constant.
- Mettre en œuvre des politiques de reconnaissance et de rémunération équitables.
- Assurer une charge de travail équitable et appropriée.
- Promouvoir les activités d'intégration et de team building, tant formelles qu'informelles.



"À mesure que les symptômes d'épuisement professionnel progressent, les travailleurs peuvent éprouver des problèmes tels que l'insomnie, l'anxiété et la dépression."

Briser le tabou

Avec l'émergence de la pandémie de COVID-19, un nombre notable de personnes souffrant de problèmes de santé mentale étaient évidents, ce problème est donc devenu une préoccupation mondiale. Cependant, il s'agit d'un problème qui persiste depuis des années et qui n'a reçu que peu d'attention.

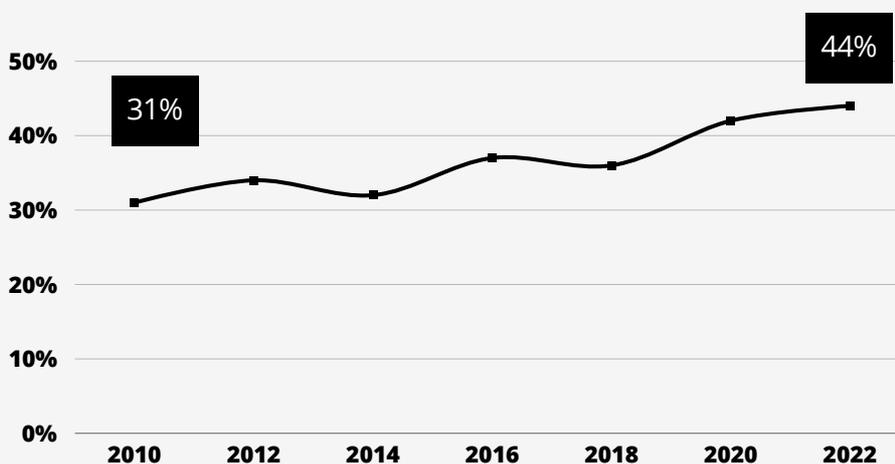
Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), la prévalence des cas de dépression et d'anxiété au cours de la première année de la pandémie a augmenté de 25 %, les jeunes étant les plus vulnérables au développement de comportements d'automutilation ou de suicide.

Nous devons garder à l'esprit qu'au travail, nous passons 8 heures par jour, donc une communication ouverte entre collègues, la promotion d'activités de bien-être et la recherche de l'aide d'un professionnel lorsque cela est nécessaire sont des étapes cruciales pour vaincre l'ennemi appelé burn-out.

« L'un des meilleurs moyens de briser les tabous au sein des entreprises est d'organiser continuellement des discussions sur la santé mentale, qui incluent des sujets tels que la gestion assertive du stress, les soins personnels, les habitudes alimentaires, l'hygiène du sommeil, la gymnastique cérébrale, l'intelligence émotionnelle, le temps organisation, entre autres aspects », explique Rivera.



LE STRESS DES TRAVAILLEURS RESTE À UN NIVEAU RECORD



Basé sur des enquêtes menées auprès d'au moins 1 000 salariés par pays et par an dans plus de 160 pays.

Pourcentage de salariés déclarant avoir vécu beaucoup de stress la veille

Source : Statista

WWW.SENORNOTICIA.COM

STUDIO 56

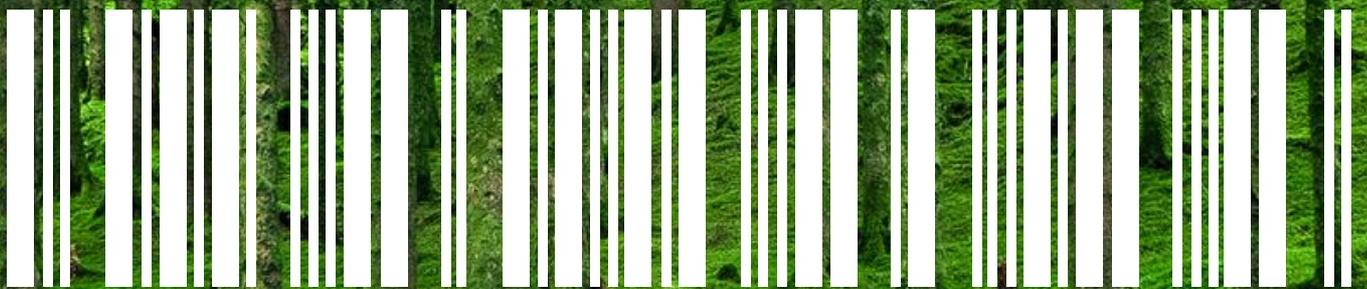
Films

REALIZACIÓN AUDIOVISUAL - POST PRODUCCIÓN - DIRECCIÓN - IMÁGEN INSTITUCIONAL - COMUNICACIÓN INTERNA

sergioalejandro@msn.com
www.vimeo.com/studio56films



JE PENSE, PUIS JE CONSOMME



DÉPLASTIFIER ET RECYCLER : LES CLÉS D'UN AVENIR DURABLE

La pollution plastique est devenue une crise mondiale qui nécessite des solutions urgentes.

La pollution plastique est aujourd'hui l'un des problèmes environnementaux les plus urgents. Les plastiques, en raison de leur durabilité et de leur polyvalence, sont devenus fait partie intégrante de nos vies, mais son utilisation et son élimination inappropriées ont conduit à une accumulation croissante de déchets plastiques dans l'environnement.

Ce problème représente une menace sérieuse pour la santé des écosystèmes et, à terme, pour la santé humaine. Il existe donc des solutions efficaces pour résoudre ce problème, et deux des plus importantes sont le recyclage et la déplastification.

A noter qu'en 2019, l'année précédant la pandémie, plus de 130 millions de tonnes de plastiques à usage unique ont été jetées dans le monde, selon le Plastic Waste Manufacturers Index, publié par la Fondation Minderoo. À cet égard, il y a

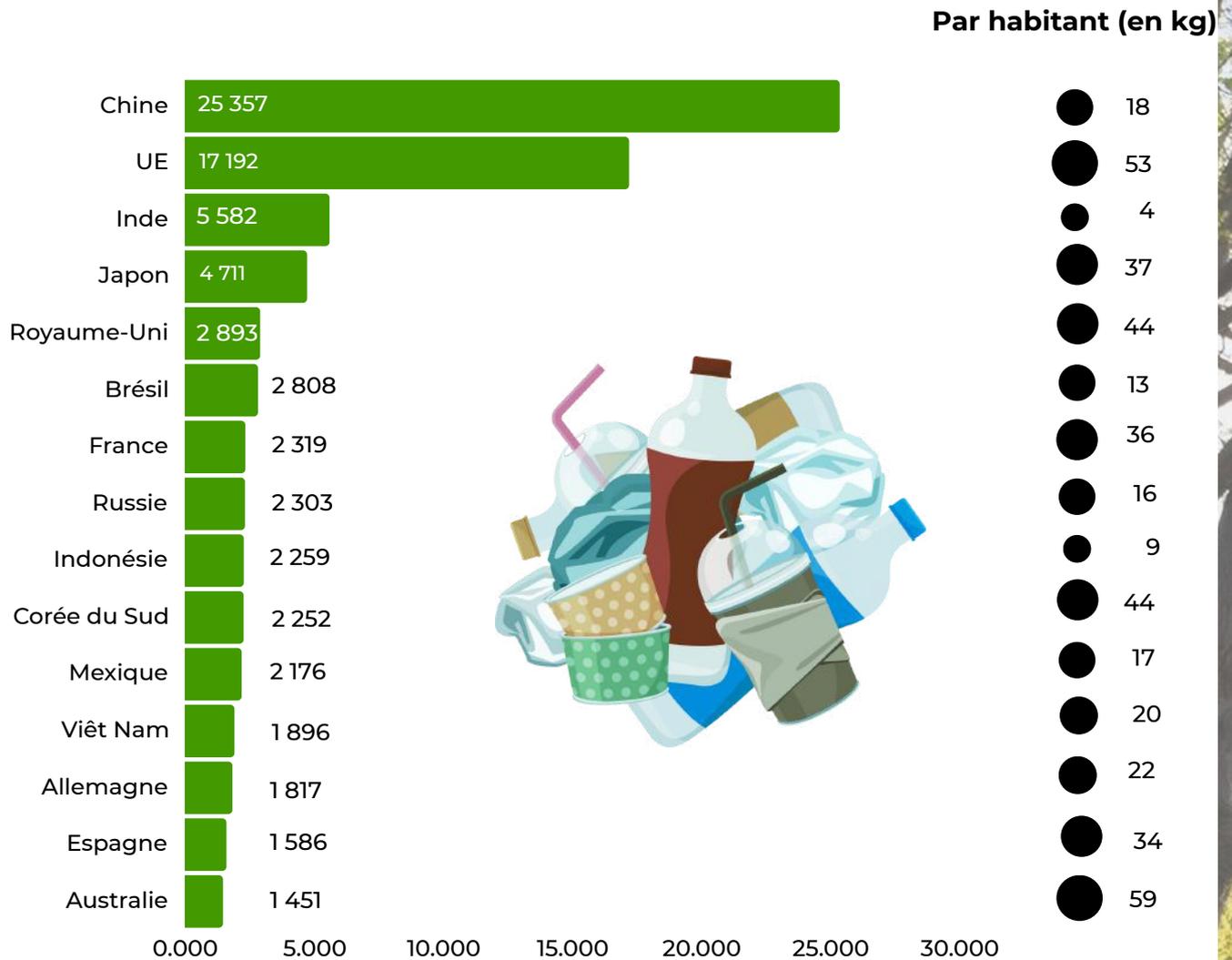
pays qui semblent avoir la plus grande quantité de déchets, comme le montre le graphique suivant.



Mara Gabriel, coordinatrice de la certification UPFC chez Unplastify

LES PAYS QUI GÉNÈRENT LE PLUS DE DÉCHETS PLASTIQUES À USAGE UNIQUE

Pays ayant la plus grande quantité de déchets plastiques à usage unique générés en 2019 (en milliers de tonnes)



Source : Index des fabricants de déchets plastiques – Fondation Minderoo

Source : Statista



services, et est validé par un réseau d'évaluateurs externes formés aux problématiques plastiques, mais aussi à la technologie », explique Mara Gabriel.

Le pouvoir du recyclage

Le recyclage du plastique est un processus qui consiste à collecter, trier, nettoyer et transformer les produits en plastique usagés en nouveaux matériaux. Autrement dit, le plastique recyclé sera utilisé comme matière première dans la fabrication de nouveaux objets.

D'une certaine manière, cela contribue à réduire la quantité de plastique qui finit dans les décharges ou, pire encore, dans nos océans et nos plans d'eau. De même, le recyclage permet d'économiser de l'énergie et des ressources naturelles, puisque la production de plastique vierge consomme une grande quantité de pétrole et de gaz naturel.

Un monde sans plastique

La déplastification est l'action progressive consistant à réduire et à minimiser l'utilisation de plastiques dans les opérations, les produits et les services. C'est sous ce concept qu'est née Unplastify, une startup argentine qui, grâce à des stratégies et des changements de paradigme, veille à ce que les entreprises utilisent de moins en moins de plastique.



Seulement 9 % des plastiques produits sont recyclés dans le monde. Par conséquent, nous nous concentrons sur la déplastification. Nous travaillons à accélérer les processus de réduction de l'utilisation de plastiques, en repensant les opérations, les habitudes et les normes de chaque entreprise.

Mara Gabriel, coordinatrice de la certification UPFC chez Unplastify

Pour démontrer qu'une entreprise se conforme à la déplastification, Unplastify propose la certification UPFC, qui mesure, valide et récompense cette action. « Cette reconnaissance est accordée sur la base de la mesure de l'Unplastify Footprint, qui évalue les actions mises en œuvre pour les changements apportés, tant au niveau des produits que des



Selon un récent rapport du National Geographic, le défi actuel consiste à gérer les 8,3 milliards de tonnes de plastique produites depuis les années 1950, dont plus de 6.3 milliards de tonnes sont devenues des déchets. Étonnamment, parmi ces déchets, 5.7 milliards de tonnes n'ont jamais été recyclés.

Selon une enquête réalisée par Ecoplas, l'ONG qui promeut le développement durable de l'industrie du plastique, il existe en Argentine un niveau élevé de sensibilisation à la pratique du recyclage, avec 64 % des personnes interrogées déclarant être conscientes de son importance. De même, 91 % le placent parmi les trois matériaux ayant les plus grandes possibilités de recyclage, avec le carton et le papier.



En adoptant ces pratiques, déplastification et recyclage, nous orientons notre cap vers un mode de vie durable, conscient et responsable. Le moment est venu d'agir et ensemble, nous pouvons faire la différence.

Conseils pour déplastifier :

- Ayez un sac en tissu ou écologique pour faire vos courses
- Ayez toujours une bouteille d'eau réutilisable sur vous
- Utilisez des produits d'hygiène personnelle biologiques

COUVERTURE

PERÚ MODA & DECO



PERÚ MODA 2023

La mode est une danse éternelle entre le passé et le futur, où style et

l'innovation est étroitement liée à chaque collection. Chaque nouvelle saison est une page blanche pour les créateurs, qui attend d'être écrite avec audace et créativité.





Alpaga classique

Des racines profondes et des méthodes ancestrales ont façonné l'identité de Classic Alpaca. Pulls, cardigans, pantalons, leggings et même accessoires sont brodés à la main par leurs artisans qualifiés. De plus, chaque œuvre, ton et point s'engage dans la durabilité.

« Dans cette récente collection, nous avons couvert toute la partie écologique. Aujourd'hui, l'entreprise dispose d'une certification de commerce équitable et nous sommes sur le point d'obtenir la certification GOTS, une certification destinée à des vêtements plus biologiques », déclare Rocío Lázaro, directrice régionale des ventes et du marketing.



hola@grupothepublic.com

+52 156 2774 1902



campagnes numériques

GESTION INFLUENCEURS





Cornelio Borda

« Notre marque crie l'amour pour le Pérou », s'enthousiasme Renata García, la créatrice et fondatrice de Cornelio Borda.

Aujourd'hui, la marque est la plus demandée aux États-Unis, en Suisse, aux Pays-Bas et en Allemagne. Concernant la fabrication, la plupart des collections de chaussures sont fabriquées au Pérou.

« Nous utilisons des fils qui restent de la production de vêtements et nous les transformons en de belles pièces comme les tapis que portent les chaussures », souligne-t-il.





Cécilia Fiorentini

Si nous parlons de créativité et de sortie de la zone de confort, les chaussures de Cecilia Fiorentini en sont le meilleur exemple.

Les chaussures à talons aiguilles, sandales, bottines, bottes et baskets sont conçues et fabriquées avec un grand professionnalisme, car elles utilisent des matières premières durables comme le cuir de poissons de rivière : truite, paiche et corvina. D'un autre côté, la peau d'alpaga se démarque comme l'élément attrayant de plusieurs de leurs chaussures.

"Notre mission est de créer des chaussures qui soient non seulement confortables et exclusives, mais aussi une extension de la personnalité et du but de chaque femme qui les porte", détaille Cecilia Fiorentini, créatrice de la marque.





4. Harannow

S'il y a quelque chose qui ne se démodera jamais, c'est bien le denim. Des différentes couleurs aux métaux, le denim est l'un des tissus les plus populaires de tous les temps.

La marque de jeans la plus importante de Peru Moda s'appelle Harannow, qui possède environ 10 ans d'expérience sur le marché local. Jusqu'à présent, ils ont effectué des expéditions vers la Bolivie, l'Équateur et le Chili. Mais ils cherchent désormais à s'étendre au Panama et aux États-Unis.

Nous nous inspirons de différentes modes et essayons de garder une longueur d'avance sur les tendances. Par exemple, le format Foil Denim n'arrivera sur le marché local qu'en 2024, mais nous l'avons déjà depuis fin 2022 », explique Joel Chirinos, directeur général.





"La fibre d'alpaga est de plus en plus valorisée, tout comme les techniques, qu'elle soit faite à la main ou tissée, c'est ce qui lui donne une valeur ajoutée", explique Lorena Romero, responsable des opérations.

Urma

Urma signifie « celle qui laisse la beauté dans son sillage », et c'est précisément le message que la marque cherche à transmettre dans chacun de ses produits.

Elle propose une variété de sacs et de portefeuilles fabriqués avec différentes techniques ancestrales et écoprint. Ils se lancent également dans la fabrication de vêtements et de coussins pour la décoration de luxe.



Le plus grand événement de mode du Pérou a fêté ses 25 ans aux côtés des grandes marques nationales.



ENTREPR
ENEUR



 Club de Empresas



DÉMARRER UNE ENTREPRISE EST SIMPLE

[CLUBDEEMPRESAS.COM](https://clubdeempresas.com)

La recette de la beauté intérieure

1. Allez-y doucement : consacrez un moment de la journée à détendre votre esprit et à vous déconnecter de tout ce qui se passe à l'extérieur.

2. Cultivez le silence : lorsqu'il y a beaucoup de bruit, il est très difficile de regarder à l'intérieur. Le silence est un moyen de contact avec soi-même.

3. Écoutez votre corps : demandez-vous ce que votre corps vous dit chaque jour.

4. Vivez les émotions : qu'elles soient positives ou négatives, laissez-les sortir sans aucun jugement.

PILATES CONTRE LE STRESS AU TRAVAIL



Le Pilates favorise la relaxation mentale et, par conséquent, nous rend plus productifs au travail

L

e rythme rapide de la vie moderne, Les exigences constantes au travail et les longues heures passées devant un écran peuvent

avoir un impact significatif sur la santé physique et mentale des travailleurs.

En ce sens, le Pilates apparaît comme une discipline précieuse pour réduire le stress au travail et améliorer la qualité de vie des salariés. Helena Espinoza, fondatrice de Pilates Perú, recommande de faire du Pilates au moins 3 fois par semaine pendant 15 à 20 minutes, comme pause au milieu des heures de travail.



"Pour une personne qui passe beaucoup de temps au bureau, je peux recommander le Pilates Mac et le Pilates Reformer"

Helena Espinoza, fondatrice de Pilates Pérou

Dans Pilates Mat, les exercices sont travaillés avec le poids de votre propre corps et sont exécutés sur un tapis. Tandis que, dans le Pilates Reformer, la résistance est créée grâce à une machine conçue pour cette discipline.

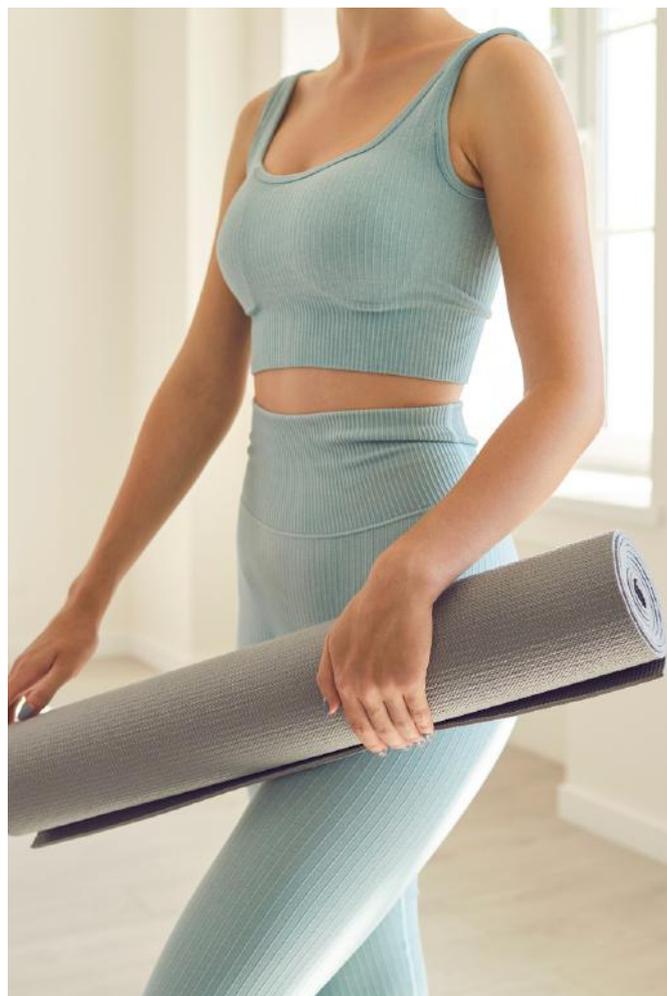
Les exercices impliquent des mouvements doux et contrôlés qui peuvent relâcher les tensions accumulées et calmer l'esprit.

"L'activité physique procure une sensation de bien-être et de détente, puisque lorsque nous faisons de l'exercice, notre corps libère de l'endorphine, qui est une substance qui produit du plaisir et du bien-être au niveau du cerveau, pendant et après l'exercice."

Fernando Malagón, médecin généraliste et médecine du travail.

Contrairement à d'autres disciplines comme le yoga, le Pilates est une méthode de conditionnement physique conçue pour garder le corps non seulement en bonne santé, mais également fonctionnel et actif.

"Il utilise la respiration, la contraction, la concentration, la fluidité, la synchronicité et un peu de pleine conscience", ajoute Espinoza.



Ainsi, les personnes qui font de l'exercice au moins deux ou trois fois par semaine sont moins susceptibles de souffrir de dépression et d'anxiété et peuvent être de meilleure humeur. « Selon certaines études, faire de l'exercice pourrait même contribuer à prévenir l'apparition de la maladie d'Alzheimer », conclut le médecin.

En investissant du temps dans cette pratique, les travailleurs peuvent améliorer leur santé globale, réduire leur stress et accroître leur capacité à faire face aux pressions du travail. En fin de compte, cela conduit à un environnement de travail sain avec des employés plus heureux et plus productifs.



Portefeuille compact Cuir de veau grainé noir avec signature CD Icon

PORTEFEUILLE DIOR

PORTEFEUILLES POUR HOMMES

Hommes mode



Toile enduite Monogram Bleach Bordure en cuir de vache Doublure textile

MULTIPLE WALLE LOUIS VUITTON



Portefeuille à pendentif en cuir de veau Rockstud

PORTEFEUILLE SUSPENDU VALENTINO

TENUE 11/2023



Portefeuille gaufré avec surpiqûres matelassées

CARTERA SAINT LAURENT PARIS

A close-up, low-angle shot of a sunflower head, showing the dark brown center and the bright yellow petals. The lighting is warm and golden, creating a soft glow. The petals are in sharp focus, while the background is slightly blurred.

NR NucleoRural

Des idées qui font
prosperer l'agro-
industrie

nucleorural.com

L'humanité d'un ange

Influencée par le romantisme,
Fernanda Chacaliaza se plonge dans
les profondeurs émotionnelles de l'art,
captivant par son
approche intimiste
et expressive.





“ Je veux m'exprimer au-delà du réalisme, pouvoir déconstruire un concept et le capturer en peinture pour exprimer ce que je ressens et pense. ”

F

ernanda Chacaliaza est publiciste, directrice artistique et peintre émergente. Bien qu'il ait toujours été attiré par le dessin, il y a un peu plus de six mois, il s'est aventuré dans la peinture.

Son intérêt artistique l'a amenée à suivre un cours où elle a découvert un talent particulier et depuis, elle a peint quelques projets axés sur le réalisme.

Cette œuvre, qui a nécessité environ trois mois de travail, est le reflet de ses influences artistiques. Actuellement, elle est attirée par des peintres tels que le Caravage et se concentre sur le contraste entre la lumière et l'ombre pour créer une intensité émotionnelle dans ses compositions.

Le tableau, bien que sans nom, est un exemple de la forte influence du romantisme, un mouvement

shautement émotionnel et subjectif.

.L'ange dénote l'obscurité et la fatigue, contrairement à ce à quoi on pourrait s'attendre, dit le jeune peintre.

"Pour moi, c'est un ange qui connaît l'incertitude, un ange plus humain"

Fernanda est déterminée à continuer de grandir en tant qu'artiste et de continuer à explorer de nouvelles techniques et approches dans son travail.

Bien qu'elle soit relativement nouvelle dans le monde de la peinture, elle s'est déjà révélée être une force nouvelle et passionnante.

Sa capacité à capter les émotions à travers le pinceau fait d'elle une artiste à suivre dans les années à venir.



GROUPE ÉDITORIAL

THE PUBLIC

**NOUS SOMMES LA
BONNE PORTE POUR
FAIRE LA PUBLICITÉ
DE VOTRE PRODUIT**

Ventes
+521 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com



GROUPE ÉDITORIAL
THEPUBLIC

FA
IT
ES
DE
LA
PU
BL
IC
IT
ÉA
VE
CN
OU
S



Vivir
tec

Lobe
Mark



PLANETA
EN VERDE

● Cobertura **Noticiosa**

○ Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

CON  **PODERES**

COMUNICACION Y **+AS**

Noticiero E

NR Nucleo **Rural**

ConStyling.

MEG  **METROPOLI**

Equipe commerciale

+521 56 2774 1902

hola@grupothepublic.com