

1er. anniversaire

TECHNOLOGIE

4 OUTILS POUR
PROTÉGER LA
CONFIDENTIALITÉ DES
DONNÉES DANS LES
ENTREPRISES

ENTREPRISE

QUINZIÈME ÉDITION DU
E-COMMERCE DAY
PÉROU

ENVIRONNEMENT

LE MEXIQUE EN ROUTE
VERS UNE TRANSITION
ÉNERGÉTIQUE ÉQUITABLE

THE PUBLIC

août 2024



ENTRETIEN

PHILLIP CHU JOY

ENTREPRENEUR NUMÉRIQUE

INDICE

6 Le commerce électronique B2B est le moteur économique de l'Amérique latine

La transformation numérique est une réalité inévitable et le commerce électronique B2B est au cœur de cette révolution industrielle moderne.

10 La sécurité des données dans le viseur des entreprises

Les quatre outils récemment lancés par Zoho Corporation proposent de protéger la confidentialité des données, sans affecter la productivité de l'entreprise.

14 60 % des Péruviens préfèrent acheter en ligne pour de meilleurs prix

3 personnes sur 4 qui achètent numériquement le font une fois par mois sur le marché péruvien.

18 Le Pérou renforce sa position de deuxième exportateur mondial d'avocats

La diversification de l'avocat péruvien a accru la présence du pays sur les marchés internationaux, ce qui a eu un impact significatif sur son économie nationale.

22 Les voyages dans des milieux naturels réduisent le stress jusqu'à 21.3 %

En quête de bien-être, le tourisme de déconnexion apparaît comme une tendance qui invite les voyageurs à s'éloigner du stress du travail.

26

SUR LA COUVERTURE

L'entrepreneur et créateur de contenu a trouvé la clé du succès dans le marketing numérique dans la créativité et l'authenticité.



ÉDITION PRÉCÉDENTE



Entretien exclusif avec Héctor Fernández, PDG de VML México. Et plus d'articles.

La fusion numérique-physique maximise l'impact des campagnes BTL

30

Les stratégies digitales permettent de mesurer avec précision les résultats, tandis que les événements favorisent la proximité avec la marque.

34 Lorena Velázquez : « Les maladies neurodégénératives seront la nouvelle pandémie mondiale »

L'augmentation alarmante des problèmes de santé mentale exige des solutions innovantes pour prévenir et traiter cette crise imminente.

Le Mexique en route vers une transition énergétique équitable

38

Les objectifs de 2030 nécessitent une action coordonnée pour se conformer aux accords internationaux et atténuer le changement climatique.

42 L'art de Zeta Yeyati : une symphonie visuelle inspirée du rock

Le musicien et plasticien fusionne ses passions dans une explosion visuelle qui bouscule les normes et célèbre la créativité sans limites.

48 Castings : une exposition qui bouscule les perceptions

Le travail de Nina Beier redéfinit le concept d'art, interrogeant la manière dont nous interprétons et valorisons les objets qui nous entourent.

Luxe durable : élégance et engagement environnemental

58

La durabilité, l'innovation et la collaboration seront les piliers qui définiront le succès et la pertinence des maisons de mode exclusives.

COLONNE 52

La diligence raisonnable comme clé des décisions commerciales et d'un avenir solide



ENTRETIEN 56

Core Capital SAF promeut les opportunités d'investissement immobilier



Directeur

Nayla López

Éditeur

Stéphanie Rodriguez

erodriguez@grupothepublic.com

Éditeurs

Léonard Rodríguez

lrodriguez@grupothepublic.com

Pilar Astupina

pastupina@grupothepublic.com

Esperanza Aguilera

eaguilera@grupothepublic.com

Direction artistique

Andréa García

agarcia@grupothepublic.com

Développement et technologie

Pierre Santos

jsantos@grupothepublic.com

ÉDITORIAL

Une année s'est écoulée. Un an depuis la mise en circulation de notre magazine Le Public avec une vision claire : proposer un contenu de qualité, pertinent et dynamique qui trouvera un écho auprès de vous tous.

De nos premières éditions aux numéros les plus récents, nous avons parcouru un chemin plein de découvertes, d'apprentissages et de croissance. Nous nous sommes efforcés de rester fidèles à notre mission, en proposant un riche mélange d'articles, de rapports et de perspectives qui reflètent les nombreuses facettes d'un monde qui vit, profite et fait des affaires.

Au cours de cette première année, nous avons eu le privilège de pouvoir compter sur la collaboration de personnes talentueuses, d'experts dans diverses disciplines et d'une équipe éditoriale passionnée. Chacun d'eux a contribué à forger un espace de réflexion, d'analyse et de divertissement.

Pour célébrer cette occasion spéciale, le célèbre homme d'affaires et créateur de contenu Phillip Chu Joy nous rejoint sur notre douzième couverture pour partager les astuces qui l'ont amené à être une référence dans l'environnement technologique, ainsi que les clés du marketing numérique pour positionner les marques.

Jusqu'à présent cette année, le Pérou est devenu l'un des leaders de la région en termes de maturité numérique, selon les résultats de l'eCommerce Day Peru. Parallèlement, le Centre mexicain du droit de l'environnement a préparé l'agenda 2024-2030, où l'un de ses objectifs met en avant la transition énergétique vers des sources renouvelables de manière équitable.

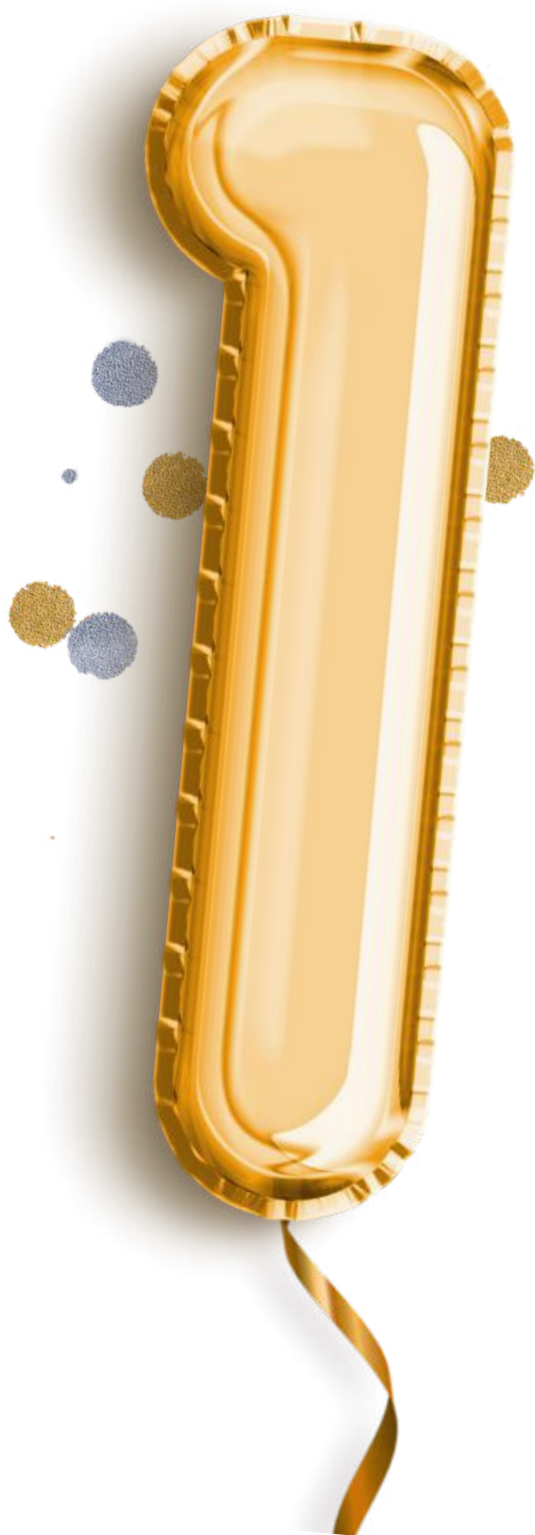
En regardant vers l'avenir, nous sommes pleins d'énergie et d'ambition. Nous nous engageons à continuer d'offrir du contenu pertinent, à explorer de nouveaux domaines d'intérêt et à maintenir un niveau d'excellence qui se construit quotidiennement. Nous vous remercions de votre préférence et vous invitons à poursuivre avec nous ce voyage passionnant. Ensemble, nous rendrons cette deuxième année encore plus mémorable.

À bientôt pour de nombreuses années de succès !

Estefani R.

ÉDITEUR





ANN

Ce mois-ci, nous célébrons une année de réalisations incroyables et de dévouement à notre contenu.

Merci à notre public de nous avoir lu et de nous avoir rejoint durant ces 12 premiers mois.



LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE B2B EST LE MO

La transformation numérique est une réalité inévitable et le commerce électronique moderne.

Scénario : Estefani Rodríguez

A

vec la pénétration croissante d'Internet, le développement des infrastructures technologiques et l'adoption de solutions numériques par les entreprises,

le commerce électronique joue un rôle crucial dans la transformation économique de l'Amérique latine.

Des pays comme le Brésil, le Mexique et l'Argentine sont à la pointe de cette tendance, car la plupart de leurs entreprises investissent dans des plateformes de commerce électronique pour améliorer leurs opérations commerciales. Selon l'analyse Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI), une croissance en volume de 22 % est prévue sur les principaux marchés du commerce électronique en Amérique latine de 2023 à 2026.

Parmi ses principaux avantages pour le secteur B2B, le commerce numérique permet aux entreprises d'étendre plus facilement leur portée géographique, puisqu'elles peuvent accéder à de nouveaux marchés et clients dans différentes parties du pays ou de la région, sans avoir besoin d'établir une présence physique.

« C'est une formidable opportunité de pouvoir vendre dans d'autres endroits où la participation est encore faible, voire inexistante. Il est certain que vous gagnez de nombreux clients lorsque vous vous transformez numériquement », déclare Víctor Vargas, responsable du développement commercial d'Infracommerce au Pérou.



TEUR ÉCONOMIQUE DE L'AMÉRIQUE LATINE

ctronique B2B est au cœur de cette révolution industrielle



Cet accès à de nouveaux marchés permet aux petites et moyennes entreprises (PME) de croître et de se développer, ce qui renforce le tissu commercial en Amérique latine. Selon un rapport des Nations Unies (ONU), les PME représentent environ 99 % de toutes les entreprises et emploient environ 67 % de tous les travailleurs en Amérique latine.

D'autre part, la numérisation donne accès à une grande quantité de données et d'analyses en temps réel, permettant aux entreprises de prendre des décisions éclairées basées sur des données précises et à jour, améliorant ainsi la planification stratégique et la réponse aux tendances du marché. **"De la même manière, un échange rapide d'informations, une meilleure gestion des contrats et des accords et un suivi constant des performances des partenaires commerciaux sont générés"**, ajoute Vargas.

Mais il ne s'agit pas uniquement d'efficacité opérationnelle : l'influence du e-commerce B2B améliore également la perception de la marque. Une présence solide dans le monde numérique peut transformer l'image d'une entreprise, accroître sa visibilité et renforcer son identité. **« Pour une entreprise, passer au numérique aide beaucoup en termes d'image de marque. Cela montre que vous êtes dans la tendance et que vous pouvez offrir une expérience client meilleure, encore plus personnalisée »**, estime l'expert.

À l'avenir, le commerce électronique est sur la voie d'une transformation significative, portée par les progrès technologiques et l'évolution des attentes des consommateurs. Avec l'essor de l'intégration de plateformes, de l'intelligence artificielle et du commerce mobile, les entreprises seront plus que jamais en mesure de profiter de toutes les opportunités du marché latino-américain.

8 CLÉS POUR SANTÉ FINANCIÈRE

PLANIFICATION FINANCIÈRE

Définir les objectifs, les budgets, les projections et les flux de trésorerie.

GESTION DES STOCKS

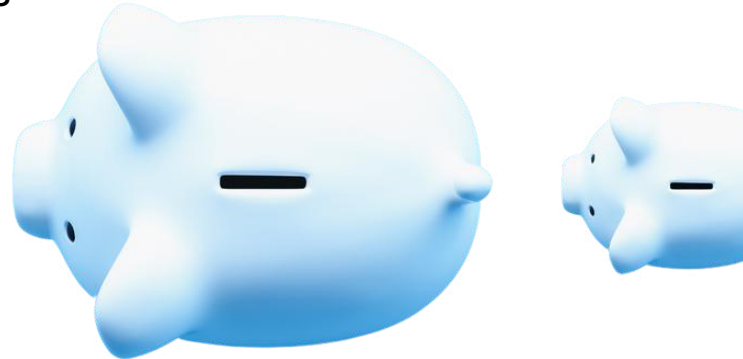
Optimisez les stocks pour éviter les investissements et les coûts immobilisés.

DES FLUX DE TRÉSORERIE

Prolongez les paiements et réduisez les cycles de recouvrement pour améliorer la liquidité.

OUTILS FINANCIERS

Utilisez des logiciels de comptabilité et des plateformes de gestion financière.





E DES ENTREPRISES

LIQUIDITÉ IMMÉDIATE

Utilisez des lignes de crédit ou de l'affacturage pour obtenir du capital lorsque cela est nécessaire.

DETTE RESPONSABLE

finance les investissements à des taux bas et gère les dettes de manière responsable.



DIVERSIFICATION DES REVENUS

Recherchez de nouvelles opportunités commerciales et de nouveaux marchés.

FONDS DE RÉSERVE

Établir une politique d'épargne pour les situations imprévues.

LA SÉCURITÉ DES DONNÉES DANS LE VISEUR DES ENTREPRISES

Les quatre outils récemment lancés par Zoho Corporation proposent de protéger la confidentialité des données, sans affecter la productivité de l'entreprise.

Scénario : Estefani Rodríguez

La protection des données et la confidentialité ne sont pas seulement des aspects techniques, mais aussi des éléments essentiels de la

stratégie commerciale moderne, où les attaques et les violations sont plus fréquentes et coûteuses que jamais. Un récent rapport de l'International Business Machines Corporation estime que le coût mondial moyen d'une violation de

données en 2023 était de 4.45 millions de dollars, soit plus que suffisant pour mettre une entreprise en faillite.

Répondant aux besoins critiques de sécurité de bout en bout de toutes les entreprises, des produits technologiques de protection innovants, étroitement intégrés et renforcés émergent, éliminant la complexité de la sécurité avancée afin que les entreprises puissent être plus productives sans craindre une violation ou une attaque.



« Les attaques contre les applications d'entreprise continuent d'augmenter, alors que de nombreuses organisations ne disposent pas d'une approche globale et complète pour se protéger contre ce risque croissant », a déclaré Irwin Lazar, président et analyste principal chez Metrigy.

À cet égard, la société technologique Zoho Corporation a lancé quatre solutions de sécurité avancées pour les entreprises : un navigateur axé sur la confidentialité (Zoho Ulaa), une plateforme de gestion des identités et des accès pour le personnel (Zoho Directory), une sécurité par mot de passe (Zoho Vault), ainsi qu'un authenticateur multifacteur (Zoho OneAuth).

Le navigateur Ulaa protège les informations des utilisateurs en bloquant la surveillance et le suivi Web. De plus, il utilise une détection de phishing basée sur l'apprentissage automatique pour bloquer les sites malveillants et empêcher l'extraction non autorisée de crypto-monnaie. De son côté, Zoho Directory est une plateforme de gestion des identités et des accès (IAM) qui permet aux entreprises de contrôler les utilisateurs, les applications, les appareils et les réseaux à partir d'une seule console.



Raju Vegesna, Évangéliste en chef de Zoho

Raju Vegesna est l'une des personnes responsables du développement stratégique et des produits de Zoho dans le monde. Reconnue comme l'un des leaders mondiaux de la révolution numérique des organisations, Vegesna combine ses activités exécutives avec la mission d'évangéliser sur les nouvelles tendances technologiques, les projets à court, moyen et long terme de Zoho, les investissements et les paris locaux de l'organisation dans différents pays, notamment L'Amérique latine. De par sa position, il possède également une connaissance particulière de l'avenir de la technologie dans le monde des affaires.

D'autre part, Zoho Vault vous permet de stocker, partager et gérer des mots de passe en toute sécurité depuis n'importe où. Il stocke également des données sensibles telles que les informations de carte de crédit et les licences de logiciels, garantissant l'accès uniquement aux personnes autorisées. Enfin, Zoho OneAuth, la solution d'authentification multifacteur, introduit Smart Sign-in pour une connexion rapide et sécurisée via la numérisation de code QR. Il facilite également l'accès sans mot de passe grâce aux notifications push et à la vérification biométrique.

Raju Vegesna, évangéliste en chef chez Zoho, souligne que la sécurité est un défi crucial pour les entreprises en 2024. « **Les employés se connectent à distance et depuis des appareils personnels, et les administrateurs informatiques n'ont aucune idée de qui accède à quelle application et à quel appareil, d'où et quand. Sans solutions plus larges, plus approfondies et plus faciles à maintenir, les menaces prospéreront et auront un impact sur les résultats. Plus que jamais, les entreprises doivent considérer la sécurité comme une priorité.** »



La protection des informations sensibles permet d'éviter les pertes financières et les atteintes à la réputation, tout en respectant les réglementations légales et en renforçant la confiance entre les collaborateurs. Adopter de solides pratiques de sécurité sera un investissement qui garantira la pérennité de chaque entreprise dans le futur.

LICUADORA

TORNEO DE PÁDEL

INSCRÍBETE A LA

1ER COPA ORIGEN

LICUADORA
SPORTS
Experiencias & Marketing Deportivo

23 AL 25

AGOSTO DE 2024

PADEL CO. CDMX

FUERZA

5TA,
4TA,
3RA,
2DA.

CATEGORÍA:

MIXTO, VARONIL Y FEMENIL

COSTO: \$1,700 POR PAREJA

PREMIOS: TROFEOS, PREMIOS
EN EFECTIVO Y EN ESPECIE

**PARA MÁS INFORMACIÓN,
ESCANEA ESTE CÓDIGO**



¡SIGAMOS
APOYANDO A
ACAPULCO!



INSCRIPCIONES EN: WWW.LICUADORASPORTS.COM / ☎ 55 85 37 83 89



Mustela



ORANGELART



LICUADORA

60 % DES PÉRUVIENS PRÉFÈRENT ACHETER EN LIGNE POUR DE MEILLEURS PRIX

3 personnes sur 4 qui achètent numériquement le font une fois par mois sur le marché péruvien.

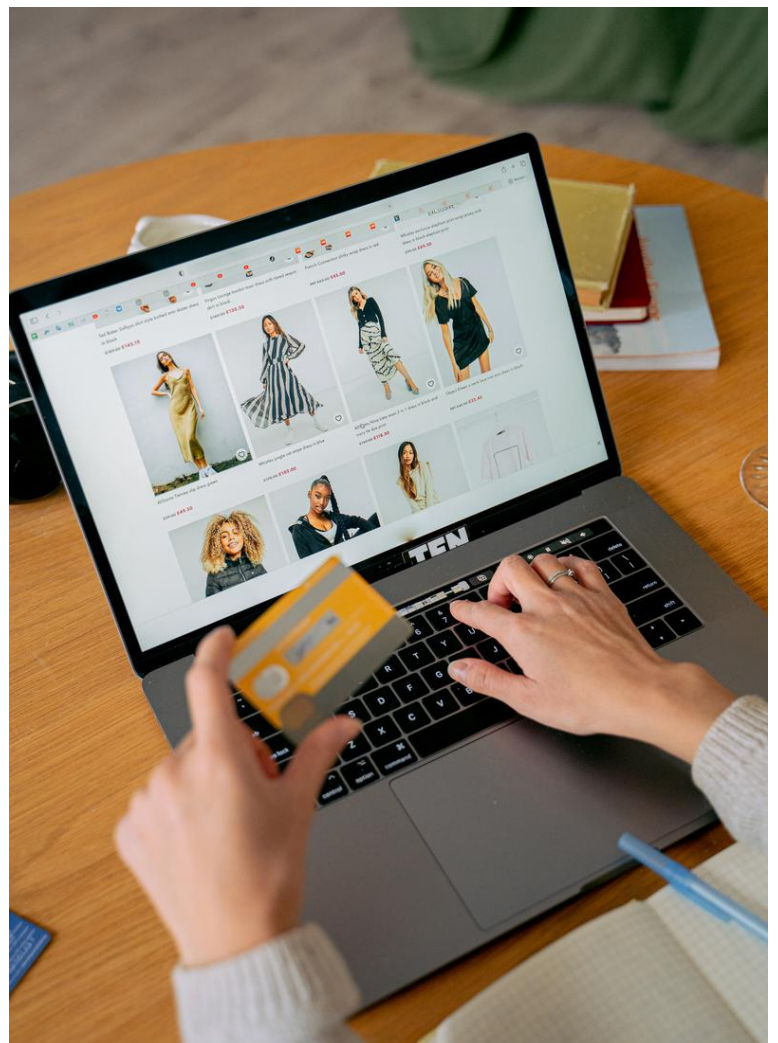
Scénario : *Estefani Rodríguez*

P

oussé par l'expansion d'Internet, la pénétration des smartphones et les nouvelles préférences des consommateurs, le commerce

lélectronique en Amérique latine a connu une croissance significative. Jusqu'à présent cette année, le Pérou se distingue comme l'un des leaders de la région, selon les derniers résultats de l'eCommerce Day Peru dans sa quinzième édition.

Au cours de la réunion, Jaime Monténégro, directeur du Centre de transformation numérique de la Chambre de commerce de Lima (CCL), a analysé la situation actuelle de l'écosystème péruvien, ainsi que les opportunités de prendre des décisions en fonction des dernières tendances.



En s'appuyant sur des chiffres, il a mentionné que 60% des consommateurs choisissent le format en ligne en raison des prix et promotions exclusifs sur Internet. De même, 3 personnes sur 4 qui achètent du numérique le font au moins une fois par mois. Concernant les moyens de paiement, les cartes (66 %) et les portefeuilles virtuels (23 %) sont les plus utilisés par les Péruviens.

« L'écosystème numérique péruvien a surpassé les autres pays de la région. Le Pérou a réussi à entrer dans le groupe des pays dotés d'écosystèmes matures comme le Brésil, le Mexique, la Colombie, l'Argentine et le Chili. Aujourd'hui, son degré de maturité n'a rien à envier aux pays plus développés de l'Occident, l'Europe et même l'Amérique du Nord », déclare Marcos Pueyrredon, président de l'eCommerce Institute.

Pour stimuler cette croissance, il est essentiel de continuer à renforcer la confiance des consommateurs et d'adopter des technologies avancées telles que l'intelligence artificielle (IA) pour personnaliser et améliorer l'expérience d'achat. **"L'IA est à la pointe de l'iceberg de tout ce qui s'en vient. Ces technologies exponentielles viennent changer la donne, la chaîne de valeur vers le consommateur final, et nous montrent qu'il existe d'autres moyens d'obtenir de meilleurs résultats »**, souligne Pueyrredon.

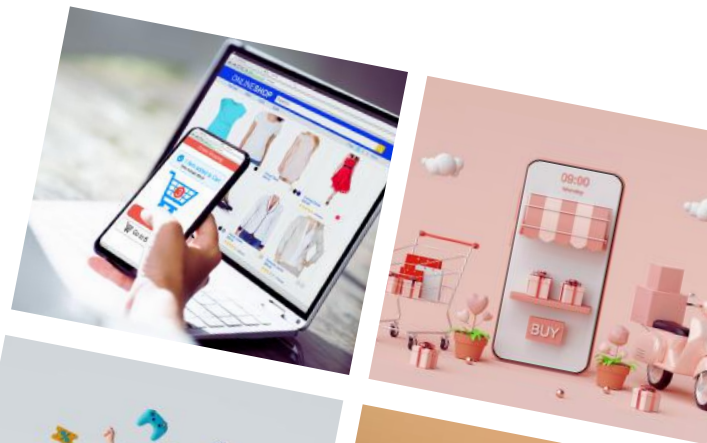




En 2024, l'industrie du commerce électronique fêtera ses 25 ans en Amérique latine, c'est pourquoi l'Institut du commerce électronique présente quelques initiatives pour honorer la trajectoire et l'évolution de l'écosystème numérique. D'une part, il a présenté elideresx25, un podcast qui rassemble 25 interviews et peut être écouté sur Spotify, YouTube et Amazon Podcast. D'autre part, dans son livre Genesis of a Digital Future, il présente plus de 150 interviews qui seront capturées dans un livre multimédia avec une application intensive de l'IA augmentée.

Le commerce électronique en Amérique latine est sur une trajectoire ascendante, transformant la façon dont les gens achètent et vendent. Avec un soutien continu aux infrastructures et des politiques favorables, le secteur a le potentiel de devenir un pilier fondamental de l'économie régionale, offrant des opportunités à des millions de personnes.

Après la pandémie de COVID-19, au Pérou, le secteur du tourisme a connu une croissance de 60 % du commerce électronique, étant l'industrie qui a reçu le plus d'accueil. **« Plus de 10 % de ce qui est vendu dans les principales catégories passe par le canal numérique. Le secteur électronique, la mode, l'habillement et les accessoires sont les catégories qui ont la plus grande pénétration, où dans certains cas elles dépassent déjà les 30% »**, ajoute-t-il.



Salaire moyen en Amérique Latine

USD par heure

Mexique

3.2166

Cuba

0.1408

Venezuela

0.5958

Colombie

Équateur 1.8916

2.1666

Pérou

1,6875

Bolivie

1.6250

Brésil

1.8875

Paraguay

1.3541

Uruguay

4.7375

Chili

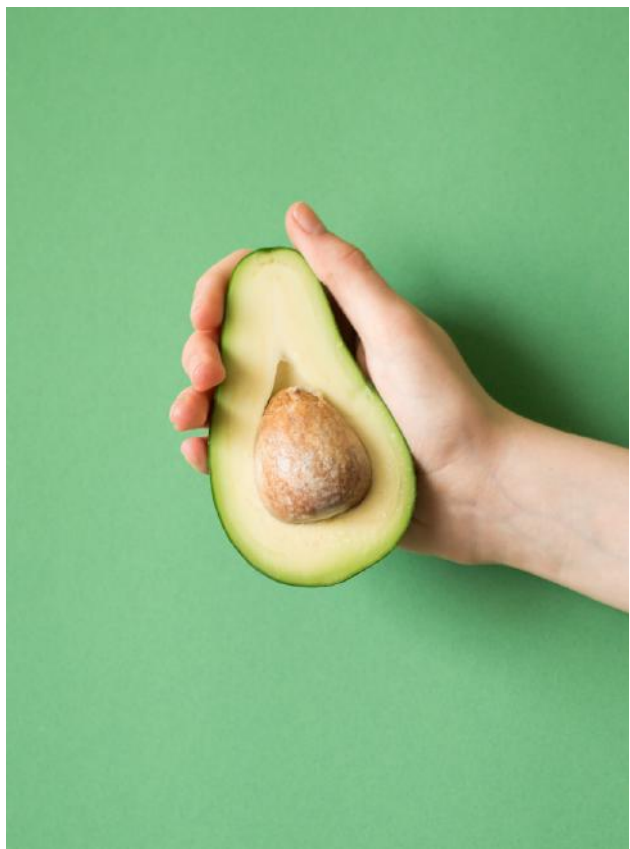
3.4875

Argentine

1.7583

LE PÉROU RENFORCE SA POSITION DE DEUXIÈME EXPORTATEUR MONDIAL D'AVOCATS

La diversification de l'avocat péruvien a accru la présence du pays sur les marchés internationaux, ce qui a eu un impact significatif sur son économie nationale.



Scénario : Estefani Rodríguez

Les exportations péruviennes d'avocats ont affiché une croissance soutenue, dépassant les attentes et consolidant le pays

comme le deuxième exportateur de ce fruit, selon Sierra y Selva Exportadora, une institution rattachée au ministère du Développement agricole et de l'irrigation (MIDAGRI).

Entre janvier et février de cette année, 36 360 tonnes ont été exportées pour 75,4 millions de dollars. Ce chiffre représente une augmentation de 79.2% en volume et



de 72,7% en valeur par rapport à la même période de l'année précédente. Cette croissance est due en grande partie à la haute qualité du produit, à la capacité de produire toute l'année et aux pratiques agricoles efficaces adoptées par les producteurs péruviens.

Il convient de mentionner que dans ce pays, plus de 5 types d'avocats sont produits, parmi lesquels : le criolla de la jungle, l'avocat du doigt côtier, l'avocat fort de la côte, le hass de la jungle, le hass côtier, le nava de la côte et la villa campa de la costa. . Dans le cas de l'avocat Hass, il peut être exporté vers 69 pays, l'Europe et les États-Unis étant les principaux acheteurs.

« Nous expédions plus ou moins 60 % du volume d'avocats en Europe, 18 % aux États-Unis et 10 % au Chili. Nous envoyons les 10 % restants entre le Japon, la Corée, le Canada, entre autres, qui sont des marchés relativement petits, mais sur lesquels nous parions », explique Arturo Medina, directeur général de ProHass.

Cette diversification réduit non seulement la dépendance à l'égard de quelques marchés, mais ouvre également de nouvelles opportunités de croissance future. **« Les pays qu'il nous reste encore à ouvrir sont les Philippines, Taiwan, la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Nous souhaitons avant tout nous positionner sur le marché asiatique »,** ajoute-t-il.



Arturo Medina, directeur général de ProHass

Cette expansion a eu un effet positif dans divers domaines de l'économie péruvienne, car elle a généré un nombre considérable d'emplois dans les zones rurales. On estime que l'industrie de l'avocat fournit des emplois à plus de 50 000 personnes, tant dans la culture que dans la chaîne d'approvisionnement. De plus, l'augmentation des exportations d'avocats a renforcé la balance commerciale du pays, générant d'importants revenus et devises étrangères.

Pour maintenir leur compétitivité, les producteurs péruviens ont adopté des pratiques agricoles durables. L'utilisation efficace de l'eau, la mise en œuvre de techniques d'agriculture de précision et l'engagement en faveur de la durabilité environnementale sont quelques-uns des facteurs qui ont permis au Pérou de se démarquer.

sur le marché mondial. De même, les technologies avancées transforment la manière dont ce produit est géré.

« Nous apprécions grandement l'échange d'informations. Grâce à la technologie, il est beaucoup plus rapide de savoir combien de conteneurs quittent le Pérou vers une autre destination, et nous connaissons également des informations en temps réel sur nos concurrents », confirme Medina.

La qualité de l'avocat exporté contribue également à la réputation de

Pérou en tant que producteur fiable d'aliments frais. Autrement dit, une bonne réputation peut avoir un effet positif sur d'autres exportations agricoles.

« Nous espérons que toute la filière fruits et légumes prospère, mais avec beaucoup de responsabilités. Nous devons garder à l'esprit que lorsque nous quittons ce pays, nous ne vendons pas des entreprises, mais nous vendons le Pérou. Nous devons essayer d'atteindre tous les marchés avec une très bonne qualité de ce que nous exportons », conclut le dirigeant.



THEPUBLIC



CAMPAGNES
AVEC INFLUENCEURS
grupothepublic.com

VOYAGES EN MILIEUX NATURELS

RÉDUIRE LE STRESS JUSQU'À 21,3%



En quête de bien-être, le tourisme de déconnexion apparaît comme une tendance qui invite les voyageurs à s'éloigner du stress du travail.

Scénario : Leonardo Rodríguez

Le rythme rapide de la vie moderne et les exigences élevées du travail pourraient influencer la productivité du travail. Dans ces conditions, les voyages de déconnexion apparaissent comme une nécessité vitale pour préserver la santé mentale et le bien-être général. Pour de nombreuses personnes, faire une pause dans la routine quotidienne

n'est pas seulement un luxe, mais un outil essentiel pour se libérer du stress et se ressourcer.

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), 45 % des travailleurs reconnaissent souffrir de stress lié au travail, ce qui a un impact direct sur leur productivité. Ce phénomène a également de graves conséquences sur la santé, comme des troubles du sommeil, des problèmes cardiovasculaires et une diminution de la capacité de concentration.

Le tourisme de déconnexion cherche donc à éloigner les gens du monde virtuel pour s'immerger dans des environnements naturels. **"Des montagnes aux plages isolées, ces voyages offrent une occasion unique de revitaliser le corps et l'esprit"**, explique James Mercado, guide touristique du Grupo Viajeros Perú.

Pour choisir une bonne destination, il est important d'opter pour des endroits en pleine nature comme les montagnes, les plages ou les forêts, car ces environnements facilitent la tranquillité. De plus, il est crucial que l'endroit soit suffisamment éloigné pour nous éloigner de tout ce qui est urbain, mais aussi accessible pour éviter la fatigue du voyage.

De même, il est essentiel de rechercher des hébergements proposant des programmes de bien-être spécialisés, tels que le yoga, la méditation et les spas. Selon l'UNICEF, ces pratiques contribuent à réduire le stress et l'anxiété, favorisant ainsi la conscience de soi et la résilience émotionnelle.

Comme le commente Mercado : **« un environnement naturel adapté transforme complètement l'expérience de déconnexion. Les lieux doivent non seulement offrir des vues impressionnantes, mais aussi des activités qui favorisent la tranquillité d'esprit et la détente. bien-être physique, permettant de s'éloigner du bruit et des distractions quotidiennes. »**

Au-delà du choix de la destination, il est important de procéder à une détox numérique, qui consiste notamment à informer ses collègues et sa famille de l'absence, ainsi qu'à mettre en place des réponses automatiques aux emails et messages. Cela aide à gérer la communication et vous permet de vous immerger pleinement dans l'expérience.

En voyage, il est essentiel d'éteindre les téléphones portables et de limiter l'accès à Internet aux urgences. De plus, opter pour une alimentation équilibrée et saine, tirant parti de la cuisine locale et des aliments biologiques, contribue de manière significative au bien-être général.



"Il faut se préparer mentalement et physiquement pour obtenir de la satisfaction lors de ce type de voyage. Fixer des limites avec le travail et les réseaux sociaux permet à l'esprit de se détendre et maximise le temps de déconnexion", explique la psychologue Fátima Ponce.

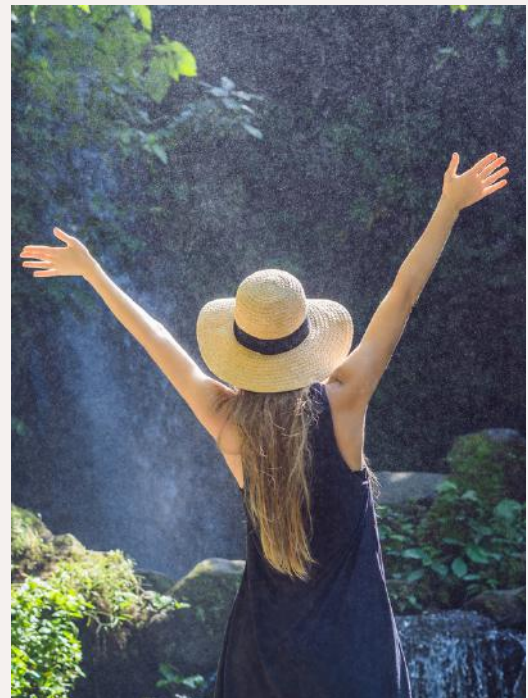


Participer à une retraite silencieuse peut conduire à une dissociation complète et à une réflexion profonde. **«Ces retraites apportent une clarté mentale et un sens renouvelé du but, vous permettant de vous connecter à des pensées et des émotions profondes, ce qui est rarement réalisé dans l'agitation quotidienne de la vie moderne»**, explique Ponce.

En se concentrant sur les activités qui revitalisent, les voyageurs reviennent rafraîchis et prêts à relever de nouveaux défis professionnels. Ainsi, se déconnecter pour se reconnecter devient un luxe incontournable dans le monde d'aujourd'hui.

Le tourisme de bien-être en données :

- Passer du temps dans des environnements naturels peut réduire les niveaux de cortisol, l'hormone du stress, jusqu'à 21.3 % (Université du Michigan).
- À l'échelle mondiale, les voyageurs effectuent près de 586 millions de voyages chaque année pour améliorer leur santé mentale et physique (Global Wellness Summit).
- Entre 2020 et 2022, le tourisme de bien-être a enregistré une croissance annuelle de 36 %, atteignant 651 milliards de dollars (Global Wellness Institute).



Les marques les plus valorisées en Amérique latine en 2024

Chiffres en millions de dollars américains

10 400 USD



5 200 USD

5 100 USD



Bradesco

8 400 USD



5 500 USD



BANCO DO BRASIL

ENTRETIEN

PHILLIP CHU JOY

« LE PLAISIR
REPRÉSENTE L'UNE
DES ACTIVITÉS LES
PLUS LUCRATIVES
ET LES PLUS
SÉRIEUSES »



D

ans un monde où l'attention des consommateurs est dispersée sur des millions d'écrans, capter et retenir l'intérêt est l'un des grands défis.

Phillip Chu Joy a cependant montré qu'avec passion, stratégie et ingéniosité, il est possible de transformer un passe-temps en un empire numérique qui se connecte efficacement avec son public.

Le marketing d'influence est devenu une stratégie très pertinente dans le paysage publicitaire contemporain. Cependant, dans un environnement saturé de contenu promotionnel, il ne suffit plus de vous proposer un produit ou un service via le créateur de contenu ; une connexion doit être établie. Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent des expériences authentiques et transparentes.

Pour Phillip, comprendre cette transformation a été essentiel. « **Au niveau mondial, le divertissement représente l'un des secteurs d'activité les plus lucratifs et les plus sérieux du monde. l'industrie** », explique l'homme d'affaires.

Les réseaux sociaux ont évolué de simples plateformes de communication vers des marchés complexes. Le triomphe des plateformes numériques réside donc dans la capacité d'offrir du contenu qui non seulement informe ou vend, mais aussi divertit et passionne les utilisateurs.

Scénario : Esperanza Aguilera

Par conséquent, Phillip reconnaît qu'en tant qu'influenceur, il ne s'agit pas seulement de générer du contenu attrayant ; Il s'agit de construire dans la durée une identité authentique et cohérente pour créer une marque solide : « **ce qui compte le plus au final n'est pas que les gens vous connaissent, mais pourquoi ils vous connaissent** ».

Cette approche lui a permis non seulement d'entretenir une présence pertinente, mais également d'établir une relation



authentique auprès de ses followers, transformant sa passion pour les jeux vidéo et la technologie en un empire numérique influent et digne de confiance.

De même, la diversification des plateformes est un point clé de votre stratégie pour mieux vous connecter avec votre audience. L'influenceur ne se limite pas à un seul réseau social ; au lieu de cela, il étend sa présence sur plusieurs plates-formes pour maximiser sa portée et se connecter à divers segments. **"Chaque plateforme a son audience. Ce qui fonctionne bien sur un réseau peut ne pas fonctionner sur un autre. Il s'agit de savoir sur quelle plateforme publier et à quelle heure"**, suggère-t-il. Cette stratégie de diversification lui a permis de toucher un plus grand nombre de personnes et d'expérimenter différents formats et styles de contenu.

En tant que fondateur de sa propre agence de marketing numérique, Phillip a mis au point des techniques qui vont au-delà de la simple publicité payante, en pariant sur l'authenticité et l'engagement comme piliers fondamentaux de chaque campagne. **"Pour moi, dans chaque collaboration, il doit y avoir quelque chose de valeur qui intéresse votre public. Peu importe qu'il s'agisse de publicité, il s'agit de trouver un équilibre"**, dit-il.

Pour lui, il est crucial que les marques et les agences travaillent en harmonie, en éliminant les barrières inutiles et en favorisant une communication fluide qui nous permette de répondre en temps réel aux demandes du marché.

« Les marques et les agences doivent cesser d'envoyer des scripts directs aux créateurs de contenu pour qu'ils les lisent simplement. C'est comme diffuser un panneau publicitaire sur les réseaux du créateur. Quand on parvient à créer une synergie entre une publicité ayant une certaine valeur objective, c'est là que la magie opère, même lorsqu'elle est mélangée aux tendances », explique l'homme d'affaires.



Elle souligne également que les réseaux sociaux évoluent à une vitesse vertigineuse et que les tendances changent du jour au lendemain, ce qui nécessite une capacité d'adaptation et de réponse rapide.

La bureaucratie au sein des grandes marques peut constituer un obstacle important, susceptible de retarder la mise en œuvre de stratégies efficaces et de diminuer l'agilité nécessaire pour tirer parti des tendances émergentes. **"Les marques doivent être plus flexibles et plus rapides. Parfois, la bureaucratie interne peut tuer une bonne idée avant qu'elle n'ait la chance de décoller."**

L'engagement de Phillip en faveur de l'authenticité et de l'innovation se reflète également dans son récent livre : *Fun is Serious Business*. Plus que de raconter l'histoire de sa vie, il partage son expérience et sa vision sur la façon dont il a réussi à transformer sa passion pour les jeux vidéo et la technologie en une entreprise prospère qui l'a amené à être reconnu comme l'un des **« 50 plus créatifs du Pérou 2023 »** par Forbes.

Phillip Chu Joy continue d'établir la norme dans le monde du marketing numérique en soulignant l'importance de la transparence et de l'authenticité dans chaque initiative. Son dévouement et la création d'une marque forte ont renforcé non seulement son influence personnelle, mais également la confiance de ses partisans et collaborateurs. **« Je fais ce que j'aime et je pense que cela se transmet. Finalement, cela m'a permis de toucher un large public, ce qui a justifié de rentabiliser ma passion et de pouvoir créer mon entreprise »**, conclut le créateur de contenu.





Saira Carranza, PDG de Key Marketing Productions.

LA FUSION NUMÉRIQUE- PHYSIQUE MAXIMISE L'IMPACT DES CAMPAGNES BTL

Les stratégies digitales permettent de mesurer avec précision les résultats, tandis que les événements favorisent la proximité avec la marque.

Scénario : Esperanza Aguilera

Ventes, échantillons gratuits et démonstrations au point de vente sont quelques-unes des stratégies Below The Line (BTL) qui vous permettent d'interagir avec les consommateurs de manière directe et authentique., favorisant une mémoire positive de la marque et renforçant les liens entre les deux parties.

« Les grandes marques investissent souvent des sommes considérables dans les stratégies numériques, mais BTL peut offrir un retour sur investissement beaucoup plus rapide sans avoir besoin de gros budgets », explique Saira Carranza, PDG de Key Marketing Productions.



Actuellement, BTL n'est plus aussi simple qu'avant et a évolué en profitant des dernières tendances. La gamification, par exemple, s'est avérée être un outil efficace pour encourager la participation. En transformant les interactions en jeux et en défis, des dynamiques plus attractives sont créées, adaptées même à tous les âges.

D'autre part, les expériences immersives grâce à des technologies telles que la réalité virtuelle et augmentée transportent le consommateur vers des mondes imaginaires. Ces outils permettent aux participants d'interagir avec les produits dans un environnement virtuel avant d'effectuer un achat, offrant ainsi une expérience mémorable.

En plus de cela, les micro-influenceurs, avec leurs audiences de niche et leurs taux d'engagement plus élevés, sont de plus en plus valorisés. Leur capacité à influencer authentiquement des communautés spécifiques en fait de puissants alliés.

Cependant, la synergie entre le numérique et le physique est essentielle pour maximiser l'impact. Alors que les stratégies numériques vous permettent de segmenter les audiences et de mesurer les résultats avec précision, les campagnes BTL ajoutent une dimension tangible qui renforce le message de la marque. De même, l'utilisation de QR codes, d'applications mobiles et de réseaux sociaux permet de porter l'impact au-delà de l'événement physique.

« Il faut toujours essayer de compléter les deux approches pour créer des expériences uniques qui augmentent la participation et le succès des événements. Le numérique nous aide à le diffuser », commente le PDG.



Dans le cas des marques écologiques, les pratiques durables sont une priorité. Les campagnes doivent souligner l'engagement de l'entreprise envers l'environnement, en utilisant des matériaux recyclés et des messages promouvant le respect de la planète.

En créant ces expériences, Carranza met en évidence certains éléments clés tels que :

- **Engagez le public** avec des démonstrations en direct, des échantillons de produits ou des activités participatives.

- **Bien connaître** la cible et adapter l'expérience à ses intérêts et besoins.
- **Utilisation de technologies** telles que la réalité augmentée ou virtuelle.
- **Créez un lien émotionnel** avec les participants à travers des histoires puissantes.

Ces stratégies augmentent le niveau de participation, tout en permettant de collecter des données précieuses sur les préférences et les comportements des utilisateurs, facilitant ainsi la personnalisation des futures campagnes et favorisant une plus grande fidélité à la marque.



MARKETING ET PUBLICITÉ

**Lobe
Mark**

**CRÉATIVITÉ
ET IDÉES**

lobemark.com



LORENA VELAZQUEZ : « LES MALADIES NEURODÉGÉNÉRATIVES SERONT LA NOUVELLE PANDÉMIE MONDIALE »»

L'augmentation alarmante des problèmes de santé mentale exige des solutions innovantes pour prévenir et traiter cette crise imminente.



Scénario : Esperanza Aguilera

Les maladies neurodégénératives sont devenues la principale cause de mauvaise santé

dans le monde. Ces conditions, qui impliquent la détérioration progressive des cellules nerveuses, ont un impact profond sur la qualité de vie de millions de personnes et représentent un problème de santé publique croissant.

En 2021, une étude publiée dans *The Lancet Neurology* révélait qu'environ 3,4 milliards de personnes, soit 43 % de la population mondiale, souffraient d'une de ces maladies, comme la maladie d'Alzheimer, les accidents vasculaires cérébraux, les migraines et les troubles du spectre autistique.

« Nous avons 55 millions de personnes vivant avec des maladies neurodégénératives dans le monde et ce chiffre va tripler d'ici 2050. Ce sera la nouvelle pandémie, une pandémie qui va effondrer les systèmes sanitaires et économiques », déclare le Dr Lorena. Álvarez, spécialiste en gériatrie neurologique à l'Hôpital général du Mexique, soulignant l'urgence de développer des stratégies efficaces pour la prévention, le traitement et le ralentissement de ces affections.

En outre, des recherches récentes ont découvert un lien crucial entre le cerveau et l'intestin, non seulement en ce qui concerne les maladies neurodégénératives, mais également dans d'autres conditions telles que la dépression et l'anxiété. Ce lien suggère que la santé gastro-intestinale peut affecter directement notre santé mentale, offrant des perspectives pour le développement de nouvelles thérapies et stratégies préventives.

«Auparavant, on croyait que la production de neurotransmetteurs tels que la sérotonine et les monoamines se produisait exclusivement dans le système nerveux central. On sait aujourd'hui qu'une part importante de cette production a lieu dans l'intestin. Ce lien est crucial, car les substances produites dans cet organe peuvent influencer directement les fonctions cérébrales », explique le médecin.



Dr Lorena Velázquez Álvarez, spécialiste en gériatrie neurologique à l'Hôpital général du Mexique

Notre intestin, souvent considéré comme responsable de la digestion, abrite une communauté complexe de micro-organismes appelés microbiote intestinal. Ce microbiote, unique à chaque individu, joue un rôle crucial dans diverses fonctions corporelles, notamment la régulation du système immunitaire et, étonnamment, la communication avec le cerveau.

« Chez les patients présentant des troubles cognitifs, on observe une diminution des bactéries bénéfiques et une augmentation de celles associées à l'inflammation. Ces altérations pourraient contribuer au dysfonctionnement cérébral et accélérer le processus neurodégénératif », ajoute Velázquez.

Dans ce contexte, Exeltis, à travers sa division centrée sur le Système Nerveux Central (Neuroexeltis), répond aux besoins des patients atteints de maladies neurodégénératives et de troubles de l'humeur. Son objectif est de proposer des solutions thérapeutiques avancées visant à améliorer la qualité de vie et la prise en charge de ces pathologies. Parmi ses propositions figurent :

- **Bilanca** : une solution buvable de mémantine destinée au traitement de la démence et de la maladie d'Alzheimer.
- **Presenza** : formule conçue avec des Oméga 3 (DHA et EPA), du tryptophane, des vitamines et des minéraux, qui complète l'alimentation des personnes souffrant de dépression.
- **Cognexel** : mélange formulé à base d'Oméga 3, de choline et de vitamines pour soutenir les apports alimentaires et lutter contre le déclin cognitif.

« En promouvant des habitudes de vie saines, nous avons un impact indirect, mais significatif, sur la santé intestinale. Même si les composants de nos formules sont conçus pour avoir des effets directs sur les troubles cognitifs, il est important de reconnaître qu'ils influencent également l'amélioration de la flore intestinale ou du microbiote », souligne le Dr Dinorah Fonseca, responsable médicale SNC chez Exeltis.



Même s'il reste encore beaucoup à savoir sur la santé mentale, l'industrie pharmaceutique, en collaboration avec la communauté scientifique, joue un rôle crucial dans la recherche de solutions. Le développement de nouveaux médicaments et thérapies, comme ceux proposés par Exeltis, axés sur la modulation du microbiote intestinal et l'amélioration des fonctions cognitives, représentent une avancée significative dans ce domaine.

ConStyling.com



BEAUTÉ DURABLE



LE MEXIQUE EN ROUTE VERS UNE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ÉQUITABLE

Les objectifs de 2030 nécessitent une action coordonnée pour se conformer aux accords internationaux et atténuer le changement climatique.

Scénario : Estefani Rodríguez

Les émissions de gaz à effet de serre, principalement du dioxyde de carbone et du méthane, ont atteint des niveaux sans précédent.

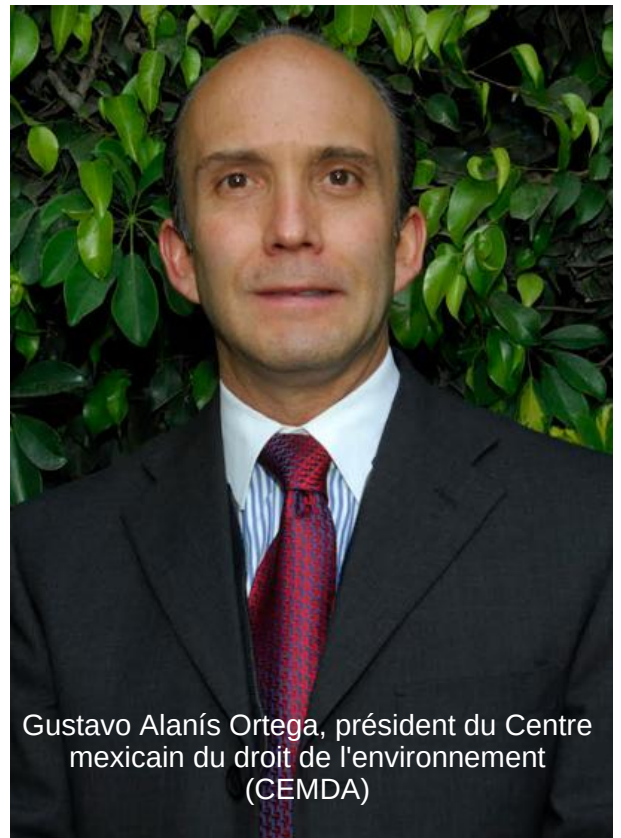
dus à l'activité humaine. Par conséquent, la combustion de combustibles fossiles est aujourd'hui l'un des principaux responsables de la crise environnementale à laquelle nous sommes confrontés.

« La loi-cadre sur le changement climatique dit que nous devons atteindre 35 % d'énergies renouvelables d'ici fin 2024, tandis que la loi de transition énergétique nous demande d'atteindre également 35 % d'énergies propres d'ici 2024 », souligne Gustavo Alanís Ortega, président de l'Union mexicaine. Centre de droit de l'environnement ([CEMDA](#)).

Dans le cas particulier du Mexique, le CEMDA a élaboré l'agenda 2024-2030, où l'un de ses objectifs soulève l'option d'une transition énergétique équitable vers des sources renouvelables, afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre avec des garanties de transparence et de respect des droits de l'homme. .

« Les pays participant au sommet international doivent adopter une position très claire et engagée, non seulement en matière de politique publique et de législation nationale, mais également en matière d'accords internationaux. Il existe un pacte qui a été signé à Dubaï, qui vise à tripler les énergies renouvelables et à doubler l'efficacité énergétique d'ici 2030, et le Mexique y a déjà adhéré », ajoute-t-il.

De même, il est crucial que les entreprises jouent un rôle dans la lutte pour un avenir vert, car elles ont le pouvoir d'influencer l'économie mondiale et peuvent conduire le changement vers des pratiques plus durables. L'adoption de technologies et de processus plus efficaces qui minimisent le gaspillage des ressources et réduisent les émissions de carbone peut être la première étape.



Gustavo Alanís Ortega, président du Centre mexicain du droit de l'environnement (CEMDA)

À cet égard, Alanís assure : **« tous ceux qui investissent dans les technologies propres et les énergies renouvelables réduiront leur empreinte carbone, mais ils réduiront également leurs coûts. Être connecté au système électrique et énergétique traditionnel que nous avons eu toute notre vie n'est pas la même chose que pouvoir le faire avec des équipements respectueux de l'environnement. »**

Il convient de mentionner qu'aujourd'hui, les stratégies ESG (environnementales, sociales et de gouvernance) sont des approches globales que les entreprises adoptent de plus en plus pour gérer leurs responsabilités et créer de la valeur durable, en plus de générer un impact positif sur la société.

COP28 sur le changement climatique



« Nous constatons dans le contexte international que le secteur privé s'oriente beaucoup vers l'intégration de critères ESG. Cela permettra à l'entreprise de se développer de manière responsable sur le plan environnemental et socialement responsable et avec un système de gouvernance adéquat. De cette façon, vous contribuez non seulement à réduire l'empreinte carbone, mais vous contribuez également au bénéfice de la société dans son ensemble », souligne-t-il.

Au-delà des politiques nationales et mondiales, chaque individu a également le pouvoir de changer le cours du climat par de petites actions, telles que la réduction de la consommation de plastique et la réduction du gaspillage alimentaire.

« Aujourd'hui, il y a des initiatives qui visent à ne plus proposer de sacs en plastique dans les supermarchés. Ces tendances se renforcent et sont liées à un accord international sur la déplastification en cours au sein des Nations Unies. C'est-à-dire qu'il existe déjà un projet sur les plastiques au niveau mondial, qui vers la fin de l'année sera soumis à une consultation publique », conclut l'exécutif.

L'atténuation du changement climatique nécessite un effort conjoint de tous les secteurs de la société. La clé est une action déterminée et coordonnée, reconnaissant que chaque étape compte sur la voie d'une planète plus durable. L'histoire nous jugera non seulement pour ce que nous avons dit, mais aussi pour ce que nous avons fait pour préserver notre maison commune.



(Gustavo Alanis, directeur exécutif du CEMDA, avec Mariana Panuncio-Feldman, membre du partenariat NDC de la CCNUCC)



L'ACTUALITÉ
RACONTÉE DE
MANIÈRE SIMPLE

DANS

SeñorNoticia

SENORNOTICIA.COM

L'ART DE ZETA YEYATI : UNE SYMPHONIE VISUELLE INSPIRÉE DU ROCK

Scénario : Esperanza Aguilera



Le musicien et plasticien fusionne ses passions dans une explosion visuelle qui bouscule les normes et célèbre la créativité sans limites.



Cantinflas

«**Mon travail a la puissance et l'irrévérence du rock**», clame la plasticienne et musicienne argentine Zeta Yeyati. Et c'est ainsi. Son art est une bouffée d'air frais dans un monde étouffé par les normes. Avec une palette de couleurs vibrantes et une technique éclectique, Yeyati défie les conventions et nous invite à explorer de nouveaux territoires créatifs qui se fondent dans des langages artistiques infinis.

En tant que membre fondateur du Mississippi Blues Band et membre actuel du Babel Orkesta, Zeta Yeyati a consacré sa vie à la musique. Cependant, sa passion pour l'art l'a amené à explorer d'autres formes d'expression. Depuis des décennies, il collecte des objets mis au rebut et les transforme en œuvres uniques.





Le magicien

Depuis qu'il est enfant, il ressent un lien profond avec l'art, dit-il. Ses premiers pas dans cet univers ont été de jouer avec les formes, les couleurs et les sons, une exploration qui l'a amené à découvrir sa propre voix artistique dans la combinaison de différentes techniques et matériaux. À travers la peinture, la sculpture et le collage, ses créations célèbrent une créativité sans limites.

"Dans mes œuvres, il n'y a pas de frontière entre les langages artistiques", commente-t-il. Ajoutant également que, pour lui, l'inspiration n'est pas quelque chose de magique qui surgit de nulle part, mais le résultat d'un travail constant et discipliné. "Je pense que l'inspiration fait partie du processus, de la discipline", dit-il.

La musique et l'art de Yeyati partagent le même objectif : transmettre des émotions. **« Les gens me disent que mon art est bon pour eux, alors je comprends que c'est ma mission en tant qu'artiste. Ajoutez de la joie au monde vu différemment, avec d'autres yeux.**



La Reine



De plus, une autre des caractéristiques les plus distinctives de son travail est l'utilisation de matériaux recyclés. Les pieds de meubles, les outils rouillés, les tissus usés et les objets du quotidien trouvent une nouvelle vie entre vos mains. **"En tant qu'artiste, je considère qu'il est bien de prendre position, d'avoir une opinion. Et la mienne est : prenons soin de ce que nous avons, prenons soin de la planète."**

Les œuvres de Zeta Yeyati vont au-delà de l'esthétique. A travers ses créations, l'artiste cherche à transmettre un message d'espoir et de positivité.

"Je parle du recyclage sous un angle optimiste et positif, avec poésie, humour et joie", dit-il.

Dans son univers artistique, les frontières entre les disciplines sont floues. Son travail est un laboratoire où il expérimente matériaux, techniques et concepts, donnant naissance à des créations uniques et surprenantes. À travers ses créations, Yeyati nous invite non seulement à réfléchir sur notre impact sur la planète, mais aussi à découvrir la beauté cachée du quotidien. Ses œuvres sont un concert visuel, une explosion de couleurs et de styles qui invite à se laisser emporter par l'émotion.

CASTINGS : UNE EXPOSITION QUI BOUSCULE LES PERCEPTIONS

Le travail de Nina Beier redéfinit le concept d'art, interrogeant la manière dont nous interprétons et valorisons les objets qui nous entourent.

Scénario : Esperanza Aguilera

U

n vase cassé, une paire de chaussures oubliée et un taureau mécanique qui tourne sans cesse font partie de l'exposition de

Nina Beier, moulages. Dans cette exposition, l'artiste danois explore et remet en question les relations de pouvoir que nous entretenons avec notre environnement, remettant en question nos perceptions les plus enracinées de l'art à travers des œuvres sculpturales et performatives.

Chaque objet, des imposants lions de marbre à la sculpture et à la fontaine d'une femme et d'un jeune homme qui pleure, sont des fragments d'un puzzle où Beier joue avec la duplicité des significations, explorant la tension entre le fonctionnel et l'esthétique.

En décontextualisant les éléments communs et en leur attribuant de nouvelles fonctions, l'artiste remet en question les hiérarchies établies et nous oblige à reconsidérer l'importance que nous accordons aux objets dans nos vies.

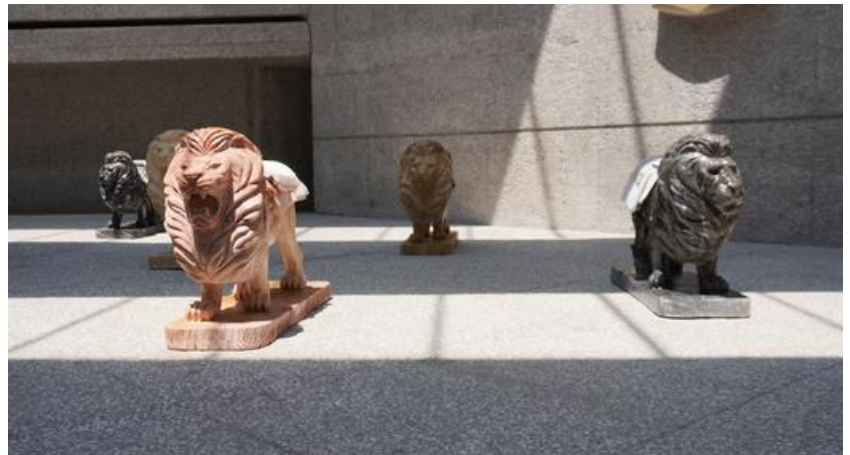


Beier nous amène à réfléchir sur les connotations culturelles et sociales que nous attribuons à ce qui nous entoure, où chaque chose gagne en importance grâce à son utilisation, devenant ainsi le reflet de l'environnement.

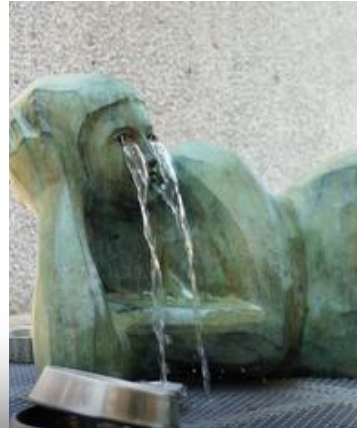
En témoignent les évier, objets étroitement liés aux soins personnels, qui chez Beier acquièrent un nouveau statut lorsqu'ils sont encastrés dans les murs et utilisés comme socle pour les feuilles de tabac.

Cependant, l'exposition dépasse l'idée traditionnelle d'une œuvre d'art comme objet statique. Les performances, comme des événements presque imperceptibles et sporadiques, permettent à la présentation d'évoluer et de se transformer au fil du temps, offrant au public une expérience unique à chaque visite.

Ainsi, un acteur qui pleure ou un agent de sécurité qui laisse pousser ses cheveux nous confrontent à nos propres émotions et nous obligent à nous interroger sur l'authenticité de ce que nous voyons. L'exposition est une expérience qui met les sens au défi et nous guide vers de nouvelles façons de voir et de comprendre l'art.



Casts est une invitation à explorer les multiples couches de sens cachées derrière les choses qui nous entourent. En décontextualisant les objets et en leur attribuant de nouvelles significations, il nous rappelle que l'art n'est pas seulement une question d'esthétique, mais un réseau complexe de relations de pouvoir auquel nous avons donné une valeur artistique.



THE PUBLIC

Publi-reportages

AVEC +
SENTIMENT

+52 1 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com



LA DILIGENCE RAISONNABLE COMME CLÉ DES DÉCISIONS COMMERCIALES ET D'UN AVENIR SOLIDE

Par : Roberto Olvera* Responsable Conseil, Audit et Contrôle Interne chez ALTO

À

une époque où nous sommes saturés d'informations, aucune entreprise n'est à l'abri d'une crise. C'est pourquoi la conformité réglementaire oblige de plus en plus les

organisations à être très stratégiques dans l'évaluation de tout type de risque opérationnel, financier ou juridique susceptible d'affecter leur réputation.

Face à ce panorama, il est essentiel de parler de Due Diligence ou due diligence. Une activité essentielle au sein des entreprises pour créer un environnement de confiance entre les parties prenantes internes et externes. Cette pratique ne se limite pas seulement à la collecte de données, mais englobe également une analyse approfondie et stratégique des informations.



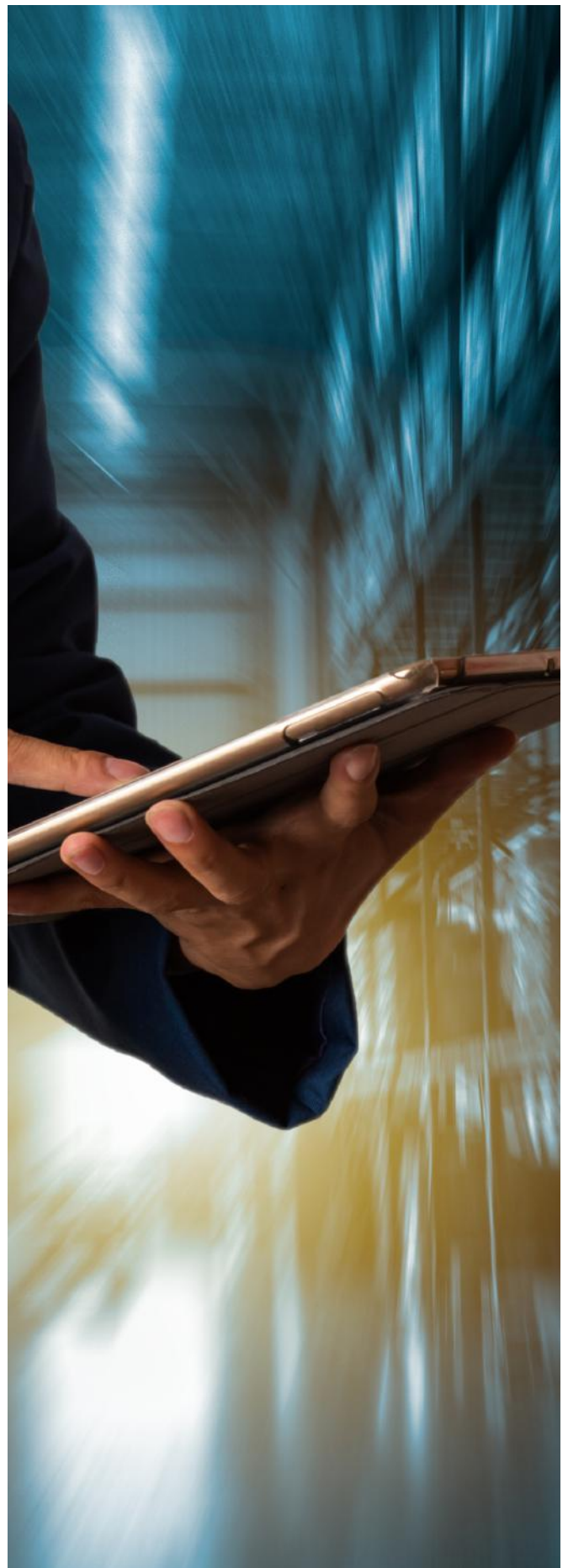
Roberto Olvera, responsable conseil, audit et contrôle interne chez ALTO

Grâce à cet audit, un processus d'enquête est développé pour valider que les entreprises respectent la réglementation en fonction du secteur d'activité et qu'elles respectent certains processus en interne, les aidant ainsi à ne pas mettre en danger la réputation de leur marque lorsqu'elles exercent une activité significative avec ses groupes d'intérêt.

Dans le cas du secteur opérationnel, on envisage la vérification des processus internes de l'entreprise et de son infrastructure technologique, tout cela pour réaliser certains contrôles qui assurent la protection des informations traitées dans chaque site. Dans la partie financière, l'objectif est d'avoir un bilan général, où sont présentés divers résultats pour identifier toute irrégularité dans ledit domaine. Dans le domaine juridique, des aspects tels que les contrats, les litiges et la conformité réglementaire, entre autres, sont analysés.

De notre expérience en matière d'audit et de contrôle interne auprès de nombreuses entreprises, nous avons pu constater que la collaboration pour établir des procédures et des bonnes pratiques dans leurs organisations les a aidé à identifier et classer les risques opérationnels et juridiques puis à établir des protocoles internes dans le but de prévenir, gérer, contrôler et réagir à toute situation.

De même, la mise en œuvre de la Due Diligence offre diverses certifications, car dans de nombreux cas, les partenaires commerciaux des organisations se sentent plus en sécurité lorsqu'ils négocient avec des entreprises qui respectent les réglementations internes et externes, ce qui implique, par exemple, l'évaluation des fournisseurs en établissant des protocoles internes avec divers critères pour prévenir, gérer et contrôler toute situation, garantissant que la relation se déroule en toute sécurité. De plus, les audits génèrent une sensibilisation à la sécurité de la part des entreprises qui améliorent leurs pratiques.



Nous avons observé que les entreprises cherchent chaque jour à maintenir une image plus forte auprès de leurs alliés, qui peuvent être actionnaires et salariés, ainsi que clients et fournisseurs, afin de faciliter la prise de décision et d'emmener sur le bon chemin toute situation qui se présente. Sensibilisez les entreprises et minimisez les risques.

La pratique de la Due Diligence cherche à optimiser les délais et les coûts, mais surtout à trouver un moyen de contribuer à la prise de décision avec des informations détaillées qui contribuent de manière significative à chaque organisation, en priorisant les risques et en protégeant ses intérêts. Les auditeurs doivent évaluer minutieusement chaque aspect et ne laisser de côté aucune procédure. L'idée est de générer la confiance entre les managers et d'assurer le fonctionnement de l'organisation, en préservant toujours ses actifs.

Roberto Olvera Consulting, Responsable Audit et Contrôle Interne chez ALTO

Il est titulaire d'un diplôme en administration de l'Université Ixtlahuaca CUI et d'un diplôme en commerce international et logistique. Il possède une vaste expérience dans l'élaboration d'audits administratifs, d'audits de conformité et d'audits de fraude, en plus de réaliser des études de vulnérabilité. Il a dirigé divers projets où des programmes et systèmes de sécurité physique et de prévention des pertes, de gestion des risques, d'administration et d'atténuation ont été mis en œuvre.



Marca X:

con una

	SÍ	NO
¿Necesitas una estrategia de Marketing Digital?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Los resultados de tu última campaña se quedaron cortos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Necesitas una agencia experta en estrategias full funnel?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Quieres lograr objetivos reales y que cumplan tus KPI's?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Te gustaría trabajar con una agencia especializada en data y tecnología?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Si respondiste **SÍ** al menos a una de estas preguntas, necesitas nuestra ayuda.

¡Máندانos un mensaje!

DIGITAL^x

By LCUADORA



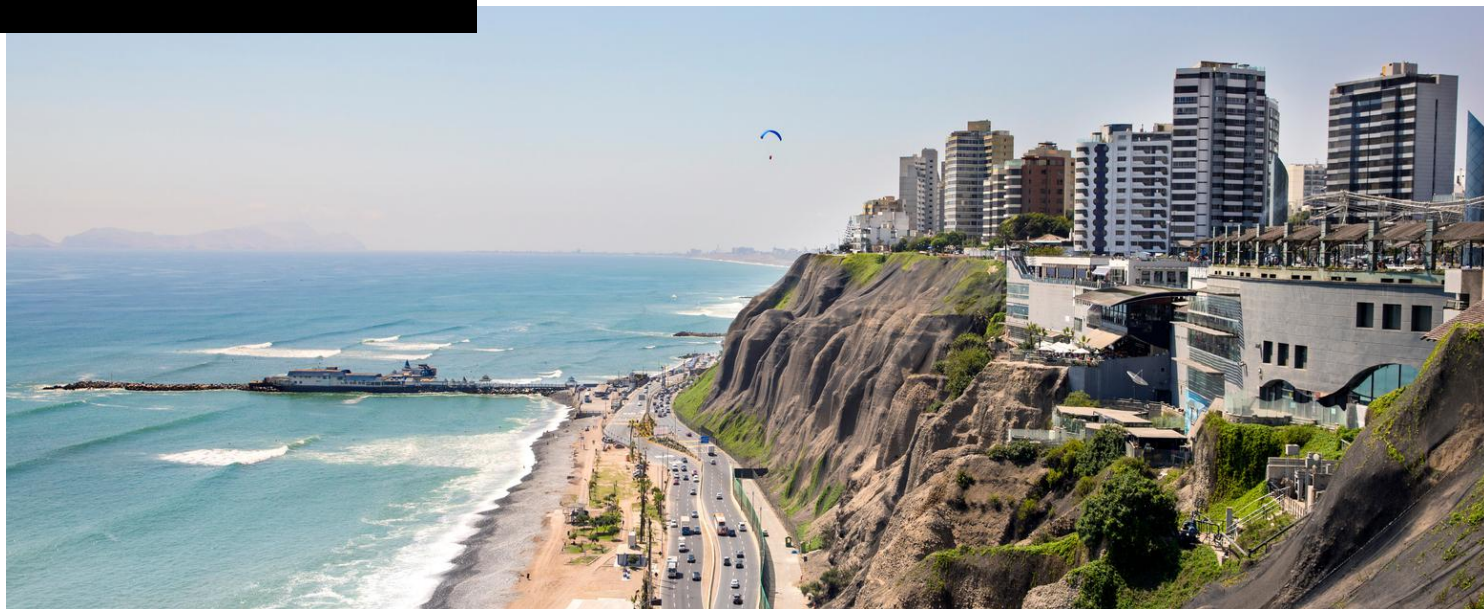
Digital X



digital._x



digital_x_



Le Fonds Edifica Core VI, de Core Capital SAF, espère lever des capitaux de plus de 30 millions de dollars, en se concentrant sur des projets dans trois districts de Lima.

Scénario : Esperanza Aguilera

L

e marché immobilier péruvien est dans une période de stabilité et de croissance. La forte demande de logements, le développement de

des infrastructures et un environnement économique favorable ont stimulé ce secteur., ce qui en fait une option intéressante pour diversifier les investissements.

Au-delà de l'achat d'une maison, investir dans l'immobilier représente une stratégie intelligente pour accroître son patrimoine sur le long terme. Ce secteur offre non seulement une stabilité financière grâce à l'appréciation de la valeur de la propriété, mais fournit également des revenus passifs grâce aux locations et une couverture contre l'inflation, ce qui en fait une option attrayante pour les investisseurs novices et expérimentés.

CORE CAPITAL SAF PROMEUT LES OPPORTUNITÉS D'INVESTISSEMENT IMMOBILIER

C'est pourquoi Core Capital SAF, la société de gestion de fonds du Groupe Edifica, a annoncé le lancement du Fonds Edifica Core VI (FECVI), destiné aux investisseurs intéressés à participer au dynamique marché immobilier péruvien.

Ce nouveau fonds espère lever des capitaux de plus de 30 millions de dollars, en se concentrant sur des projets dans trois principaux quartiers de Lima : Miraflores, San Isidro et Barranco. Des développements qui promettent non seulement la rentabilité, mais aussi une intégration éco-efficace et des équipements modernes pour les résidents.

« Les projets que nous réalisons dans ces quartiers mesurent entre 40 et 85 mètres carrés, mais ce sont des bâtiments qui disposent d'espaces communs tels que des grillades, des salles de coworking, une piscine, une salle de sport et une salle de musique. Ils se trouvent dans des zones à fort trafic et tourisme, car près de 70 % des clients d'Edifica sont des investisseurs qui achètent ces appartements pour les louer », détaille Mauricio Grieve, gestionnaire de fonds d'entreprise chez Core Capital SAF.

Aux États-Unis, par exemple, cette société de fonds s'est implantée avec succès sur le marché immobilier de Miami, notamment dans le quartier dynamique de Brickell. Ses fonds associés ont enregistré des rendements annuels exceptionnels, le Fonds Edifica Global enregistrant un rendement estimé entre 12 % et 15 %.



"Nous avons toujours généré un rendement d'au moins 12%, mais nous prévoyons que le Fonds Edifica Core VI générera pour nos investisseurs un rendement annuel compris entre 14% et 15% en dollars", souligne le dirigeant.

Ce nouveau fonds se distingue par son accessibilité et sa flexibilité pour différents profils d'investisseurs, car il permet aux participants de diversifier leurs portefeuilles d'investissement sans engager de grosses sommes de capital initial, facilitant ainsi l'accès à des opportunités lucratives dans des secteurs stratégiques.

« Le marché immobilier péruvien a une demande de logements qui n'est pas encore satisfaite, c'est un segment encore assez actif », conclut Grieve, soulignant les opportunités prometteuses d'investissement dans les développements immobiliers au Pérou.



LUXE DURABLE: ÉLÉGANCE ET ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

La durabilité, l'innovation et la collaboration seront les piliers qui définiront le succès et la pertinence des maisons de mode exclusives.

Scénario : Estefani Rodríguez

L

Les marques haut de gamme ont commencé à reconnaître l'importance de la durabilité, non seulement en tant que responsabilité sociale,

mais aussi en tant que stratégie visant à satisfaire un consommateur de plus en plus informé et exigeant. Des marques emblématiques comme Gucci, Stella McCartney et Louis Vuitton mènent la danse.

Malgré les designs salués par les grandes marques, le luxe durable va au-delà de l'apparence superficielle et du prestige. C'est une philosophie qui intègre des pratiques éthiques et responsables à chaque étape de la production. Des vêtements couture fabriqués avec des tissus biologiques et des teintures naturelles aux meubles élégants fabriqués avec du bois certifié et des bijoux fabriqués à partir de métaux recyclés, chaque pièce raconte une histoire de protection de la planète.

L'un des domaines clés où cette transformation s'observe est le choix des matériaux. L'utilisation de cuir végétalien, de textiles biologiques et de tissus recyclés gagne du terrain, offrant des alternatives qui ne sacrifient pas le luxe au profit de la durabilité. Par exemple, Gucci a présenté sa ligne **Gucci Off The Grid**, une collection créée à partir de matériaux recyclés, tandis que Stella McCartney continue d'innover avec son engagement à ne pas utiliser de fourrure ou de cuir animal.



Outre les matériaux, les techniques de production sont réévaluées. Réduire l'empreinte carbone, économiser l'eau et mettre en œuvre des énergies renouvelables sont des aspects que de plus en plus de marques intègrent dans leurs processus. Dans le cas de la marque italienne Prada, elle a lancé **Re-Nylon**, une collection de sacs en nylon régénéré issu de déchets plastiques recyclés.

Il est important de mentionner que le rôle du consommateur a été fondamental dans cette transformation. Les acheteurs de luxe d'aujourd'hui recherchent non seulement des produits de haute qualité et au design exclusif, mais également ceux qui reflètent leurs valeurs et leur engagement envers l'environnement. Cette demande a poussé les marques à être plus transparentes et à adopter des pratiques durables qui peuvent être vérifiées et appréciées par leurs clients.

Même si le mouvement vers un luxe durable prend de l'ampleur, il n'est pas sans défis. La transition vers des pratiques durables peut être coûteuse et complexe, en particulier pour les marques ayant une longue histoire de méthodes traditionnelles. Toutefois, ces difficultés présentent également des opportunités d'innovation et de différenciation sur un marché de plus en plus concurrentiel.

Les alliances et les collaborations apparaissent comme des stratégies efficaces pour surmonter ces obstacles.

L'initiative **Fashion Pact**, une coalition mondiale de marques de mode dont Chanel, Hermès et Burberry, cherche à résoudre des problèmes environnementaux clés tels que le changement climatique et la biodiversité, démontrant que la coopération peut être un puissant moteur de changement.

Il est clair qu'il ne s'agit pas seulement d'une tendance passagère, mais d'une philosophie évolutive qui promeut un équilibre harmonieux entre beauté esthétique et responsabilité environnementale. Chaque achat devient une déclaration de principes, un investissement dans **un mode de vie conscient et une contribution au bien-être de la planète que nous partageons tous.**





Le luxe durable répond à une demande croissante de consommateurs conscients qui valorisent la transparence et la responsabilité sociale. En adoptant cette pratique, les marques peuvent réduire leur empreinte écologique, soutenir les communautés locales et préserver les ressources naturelles, tout en conservant la qualité et l'exclusivité qui définissent le secteur.

THEPUBLIC
hola@grupothepublic.com

faites de la publicité avec nous



Señor
Noticia



Negocios
para
Negocios

Lobe
Mark

PLANETA
EN VERDE

Vivir
tec

Cobertura Noticiosa

Club de Empresas

Ejecutivo POWER

CON PODERES

MEGAMETROPOLI

COMUNICACION Y +AS

NR Nucleo Rural

ConStyling.

Noticiero E