

N. 20

THEPUBLIC

04/2025

ECONOMÍA CIRCULAR

TRANSFORMA
LOS DESECHOS
EN INSUMOS

EQUIDAD DE GÉNERO

CLAVE PARA LA
RENTABILIDAD
CORPORATIVA

OPEN BANKING

IMPULSA LA
INCLUSIÓN
FINANCIERA

ENTREVISTA

JULIANA
BARRETO

grupo**the**public.com

TH=PUBLIC CONTENIDO

EDICIÓN ANTERIOR



Entrevista con Carmen
Del Cid directora de
ventas en Hästens
Madrid

6 El **Open banking** impulsa la inclusión financiera en Latinoamérica

Este modelo promueve la participación en el sector financiero

10 La **equidad de género** es clave para la rentabilidad corporativa

Menos del 35% de los cargos directivos en Latinoamérica son ocupados por mujeres

16 86% de las empresas en México consideran el **inglés esencial**

Aunque el inglés es clave para el empleo, solo el 5% de los mexicanos lo domina a nivel fluido

22 La **economía circular** transforma los desechos en insumos para la agroindustria

La bioconversión con insectos permite reutilizar residuos en biomasa

26 Entrevista exclusiva con **Juliana Barreto**

las habilidades blandas son el corazón del liderazgo y el emprendimiento

TH=PUBLIC CONTENIDO

34

Medir el impacto publicitario en tiendas físicas **sin cookies**

Solución que optimiza la segmentación de audiencias

38

Solo el 4% de la **inversión farmacéutica** se destina a enfermedades de mujeres

A lo largo de la historia, la ciencia ha sido un motor de progreso para la humanidad pero no todos se han beneficiado por igual.

44

Los **plásticos compostables** no evitan la generación de microplásticos

Muchos plásticos compostables fallan en degradarse y persisten como contaminantes

50

Las mejores ciudades **europeas** para **emprender** en 2025

Startups en auge, incentivos gubernamentales y acceso a talento global.

54

El guardián del **rebozo jaspeado** en México

Jaime Antonio Ferreira ha llevado esta técnica más allá de la tradición, utilizándola como medio de expresión artística y activismo.



Directora

Nayla López

Editora

Estefani Rodriguez

erodriguez@grupothepublic.com

Redactores

Pilar Astupiña

pastupina@grupothepublic.com

Esperanza Aguilera

eaguilera@grupothepublic.com

Dirección de arte

Andrea García

agarcia@grupothepublic.com

Desarrollo y Tecnología

Pierre Santos

jsantos@grupothepublic.com

EDITORIAL

Autenticidad, sostenibilidad e innovación son pilares que están redefiniendo el presente de los negocios en América Latina. Desde la forma en que lideramos hasta cómo gestionamos los datos o transformamos los residuos, el punto en común es claro: avanzar con propósito.

En esta edición, la destacada empresaria y consultora, Juliana Barreto, nos comparte su visión sobre el liderazgo auténtico, una apuesta por construir empresas que no solo generen resultados financieros, sino también impacto positivo en la vida de las personas. En tiempos de transformación constante, liderar desde lo genuino, con un compromiso claro hacia el bienestar colectivo y el propósito, ya no es una opción, sino una necesidad.

En el ámbito publicitario, el fin de las cookies representa un nuevo reto para las marcas que buscan conectarse con sus consumidores. Exploramos cómo medir el impacto en tiendas físicas en este nuevo escenario, y qué estrategias se están implementando para enfrentar estos cambios en México.

Asimismo, la revolución digital sigue marcando el pulso en el ecosistema financiero. El Open Banking está ganando terreno en América Latina, aunque aún enfrenta desafíos clave: la confianza de los usuarios y la claridad en la comunicación de sus beneficios. La transparencia y la seguridad en el manejo de los datos serán fundamentales para fortalecer esta nueva era de servicios financieros abiertos.

La sostenibilidad también cobra fuerza en el sector agroindustrial. La economía circular se posiciona como una solución eficaz, y empresas como Infood Protein están demostrando que es posible convertir los residuos en biomasa útil mediante la bioconversión con insectos. Un ejemplo tangible de cómo los desechos pueden transformarse en recursos valiosos.

Estamos en un momento en el que cada decisión empresarial puede ser una oportunidad para crear valor real. Innovar, sí, pero con sentido. Crecer, sí, pero sin olvidar el impacto. Porque el futuro de los negocios se construye hoy, con liderazgo consciente, tecnología al servicio de las personas y un compromiso genuino con el entorno.

Estefani R.

EDITORA



RADIO THE PUBLIC

DREAMING IS JUST THE BEGINNING

At Radio The Public, we believe that the power of music lies not only in the notes, but in the emotions, in the dreams, in the stories we share through sound. Dreaming is just the beginning; it's the spark that ignites our passion to connect, to challenge convention, to live and bring rock to life in all its forms, from the great classics to the new voices reinventing the present.

ZENO



Available on the
App Store



Get It On
Google Play

THE PUBLIC
RADIO

Radio The Public



EL OPEN BANKING IMPULSA LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN LATINOAMÉRICA

Este modelo promueve la participación en el sector financiero, pero requiere marcos regulatorios claros y mayor seguridad de datos para consolidarse en la región.

El *Open Banking* está redefiniendo el ecosistema financiero y América Latina no es la excepción. A través de interfaces de programación de aplicaciones (APIs), las entidades pueden compartir datos bancarios de forma segura y en tiempo real, transformando la relación entre empresas y el sector financiero e impulsando la innovación y la competencia.

A portrait of Alfonso Maira, CEO of Flويد, is shown on the right side of the page. He is a man with short dark hair, a light beard, and black-rimmed glasses. He is wearing a light-colored plaid button-down shirt. The background is a plain, light-colored wall.

Alfonso Maira CEO de Flويد

Uno de los mayores beneficios de este modelo tecnológico y de negocios es su capacidad para incluir a personas y empresas que tradicionalmente quedaban fuera del sistema financiero. Este desarrollo permite que emprendedores y pymes (pequeñas y medianas empresas) compartan información de ingresos y facturación desde fuentes como las autoridades tributarias, lo que facilita el acceso a créditos y otros servicios.

Alfonso Maira, CEO de Floid, destaca que la adopción de Open Banking en la región no solo es una tendencia, sino una necesidad para el crecimiento empresarial:

“el mayor cambio o el mayor beneficio es la posibilidad de poder evaluar mejor a personas y empresas, pero no se trata solo de eficiencia, sino de cambiar la manera en la que operan; el acceso a datos en tiempo real permite tomar decisiones más informadas”.



En sectores como el *retail*, *fintech* y manufactura, la integración de información bancaria a través de APIs optimiza la gestión del riesgo y mejora la toma de decisiones. **“Las empresas que antes dependían de procesos burocráticos para acceder a crédito ahora pueden demostrar su solidez financiera en minutos. Esto cambia por completo el panorama del financiamiento empresarial”,** señala Maira.

Sin embargo, la seguridad de los datos es un pilar fundamental. En un mundo donde los ciberataques y el fraude financiero están en aumento, garantizar la privacidad y el consentimiento del usuario es prioritario. **“La confianza del usuario es clave, y esto solo se logra con transparencia y cumplimiento normativo”,** comenta el CEO.



No obstante, **“las regulaciones en América Latina avanzan a distintos ritmos, lo que obliga a las empresas a adaptarse a cada mercado”**, señala. Países como Brasil han liderado con marcos regulatorios avanzados, mientras que otros aún están en fases exploratorias. **“En Chile va bastante bien encaminada la regulación, pero hay países, como México y Colombia, donde aún existe incertidumbre”**, agrega.

Definitivamente este es un modelo que amplía el acceso a datos más allá de los bancos, incluyendo seguros, inversiones y otros servicios financieros. Maira explica que esta transición ya está en marcha. **“El *Open Finance* no es muy distinto del *Open Banking*. Ambos permiten a los usuarios compartir información financiera desde distintas fuentes, como instituciones de impuestos, para acceder a servicios más personalizados, pero finalmente es algo que está avanzando en paralelo”**, comenta.

En este contexto, la educación financiera y la confianza del usuario son clave. Maira resalta que las instituciones deben trabajar en comunicar claramente los beneficios del *Open Banking* y asegurar a los clientes que sus datos están protegidos. **“La transparencia y la seguridad no solo son esenciales para la adopción de estas tecnologías, sino también para construir un ecosistema financiero más justo y accesible”**, concluye.



LA EQUIDAD DE GÉNERO

ES CLAVE PARA LA RENTABILIDAD CORPORATIVA

Menos del 35% de los cargos directivos en Latinoamérica son ocupados por mujeres; superar este desafío puede impulsar el crecimiento empresarial.

En América Latina, la representación de mujeres en puestos de liderazgo sigue siendo un tema crítico. A pesar de los avances en equidad de género, las cifras revelan una realidad desigual: menos del 35% de los puestos directivos en la región están ocupados por mujeres, según el Ranking PAR 2022 de [Aequales](#), una consultora líder en diversidad y equidad de género.





Para las empresas esto se traduce en un sub-aprovechamiento del talento femenino que limita el potencial de las industrias. Según un estudio de McKinsey & Company, las empresas con mayor diversidad de género en sus equipos ejecutivos tienen un 21% más de probabilidades de obtener rentabilidades superiores a la media de su industria.

Mía Perdomo, cofundadora y CEO de Aequales, señala que el problema se basa en las barreras estructurales y culturales profundamente arraigadas. **"Las mujeres no nacen con menor autoestima o capacidad de liderazgo. Es la socialización la que les hace creer que su lugar no está en la toma de decisiones"**, afirma Perdomo. Estos sesgos inconscientes limitan las oportunidades de las mujeres y perpetúan una cultura empresarial poco inclusiva.

Uno de los mayores obstáculos es la falta de políticas concretas que fomenten la equidad. Aunque muchas empresas han adoptado iniciativas de diversidad, estas suelen quedarse en lo superficial. Para avanzar, las empresas deben poner en práctica medidas específicas y medibles.



El Ranking PAR, creado por Aequales, es una herramienta que ha demostrado ser efectiva en este sentido. Este cuestionario evalúa políticas, procesos y cultura corporativa en materia de género y diversidad, ofreciendo a las organizaciones un marco de referencia para mejorar.

"Las empresas que participan en el ranking siempre mejoran.

Aprenden qué hacer y cómo hacerlo"



Sin embargo, advierte que muchas compañías se han estancado en un 30% de representación femenina en liderazgo, lo que sugiere una complacencia peligrosa.

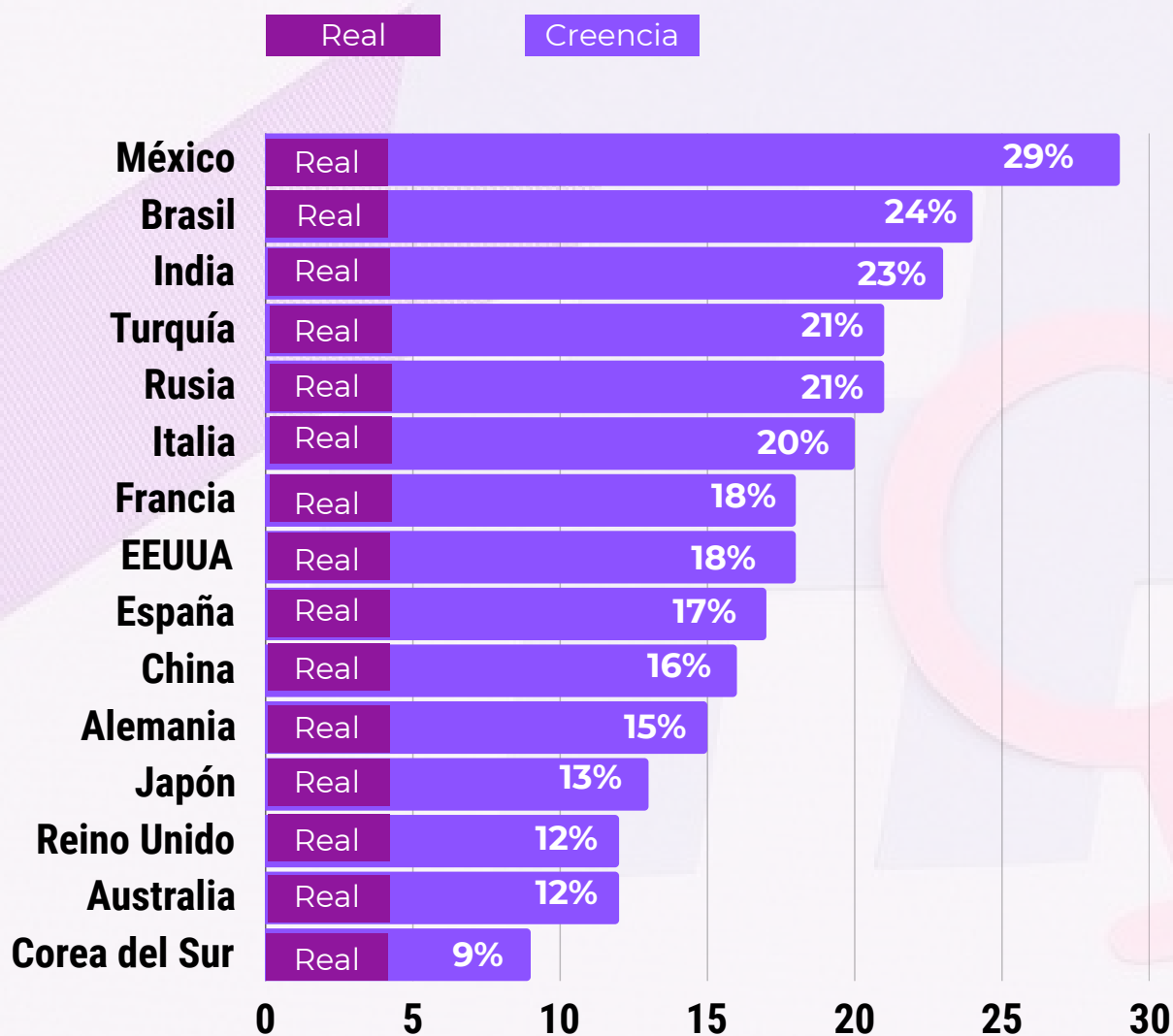
Además de implementar estas medidas, las organizaciones deben trabajar en eliminar los sesgos inconscientes que persisten en sus culturas organizacionales. Perdomo enfatiza la importancia de capacitar a los líderes para reconocer y desafiar estos prejuicios. **"No basta con entrenar a las mujeres para que negocien mejor o aspiren a más. Si el sistema no cambia, esos esfuerzos son insuficientes"**, afirma.

Al respecto, un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) revela que cerrar la brecha de género en el empleo podría aumentar el PIB de América Latina en un 14% para 2025. En este sentido, se insta a los líderes empresariales a ver la inclusión como una inversión, no como un gasto.



SÓLO EL 3% DE LOS CEO SON MUJERES

¿QUE PORCENTAJE DE LAS 500 MAYORES EMPRESAS **CREE** QUE SON DIRIGIDAS POR CEO MUJERES?



Entrevista a 19,428 personas en 27 países

Fuente Ipsos 2018

**Lobe
Mark**



PUBLIC DRAFT
ENVIRONMENTAL

lobemark.com

86%

DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO CONSIDERAN EL INGLÉS ESENCIAL

Aunque el inglés es clave para el empleo, solo el 5% de los mexicanos lo domina a nivel fluido, lo que limita sus oportunidades laborales y frena la competitividad del país.



La globalización ha transformado la manera en que las empresas operan y compiten, convirtiendo al inglés en una habilidad indispensable para el éxito profesional y organizacional. Sin embargo, México enfrenta una problemática alarmante: aunque el 86% de las empresas consideran el inglés como un requisito indispensable, solo el 5% de los mexicanos que lo hablan alcanzan un nivel intermedio, según el estudio “Inglés para el empleo en México: realidades y retos”.

Esta brecha limita las oportunidades laborales de los profesionales, a la vez que afecta la productividad y la capacidad de las empresas para competir en mercados internacionales. De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), los profesionales que dominan este idioma pueden ganar hasta un 40% más que aquellos que no lo hablan. Asimismo, las empresas que cuentan con colaboradores bilingües tienen mayores posibilidades de expandirse a mercados globales, establecer alianzas estratégicas y atraer inversión extranjera.



En México, el dominio de este idioma sigue siendo limitado. La problemática no solo radica en la falta de acceso a la educación en inglés, sino en la calidad de la enseñanza. Muchos programas educativos carecen de metodologías modernas y no fomentan la práctica constante, lo que resulta en un aprendizaje superficial.

“Los programas tradicionales de enseñanza de idiomas en el país son repetitivos y no ofrecen espacios para practicar. Además, hay un desbalance entre las necesidades individuales y los planes de estudio estandarizados”, señala Valeria Vera, Head of Marketing México de Italki, una plataforma que busca resolver estos problemas al ofrecer clases personalizadas con profesores certificados que se adaptan a las necesidades de cada estudiante. Esta plataforma no solo permite aprender inglés, sino también más de 150 idiomas con más de 30,000 profesores nativos.

Otro aspecto crítico es la falta de oportunidades para practicar el idioma en contextos reales. **“Aprender un idioma no solo es cuestión de gramática y vocabulario; también implica entender la cultura detrás de él”**, señala Vera. Además, agrega que **“no todos aprendemos de la misma manera. Algunos necesitan más práctica oral, mientras que otros requieren un enfoque en la gramática o el vocabulario específico”**, señalando la necesidad de que el aprendizaje sea particular.

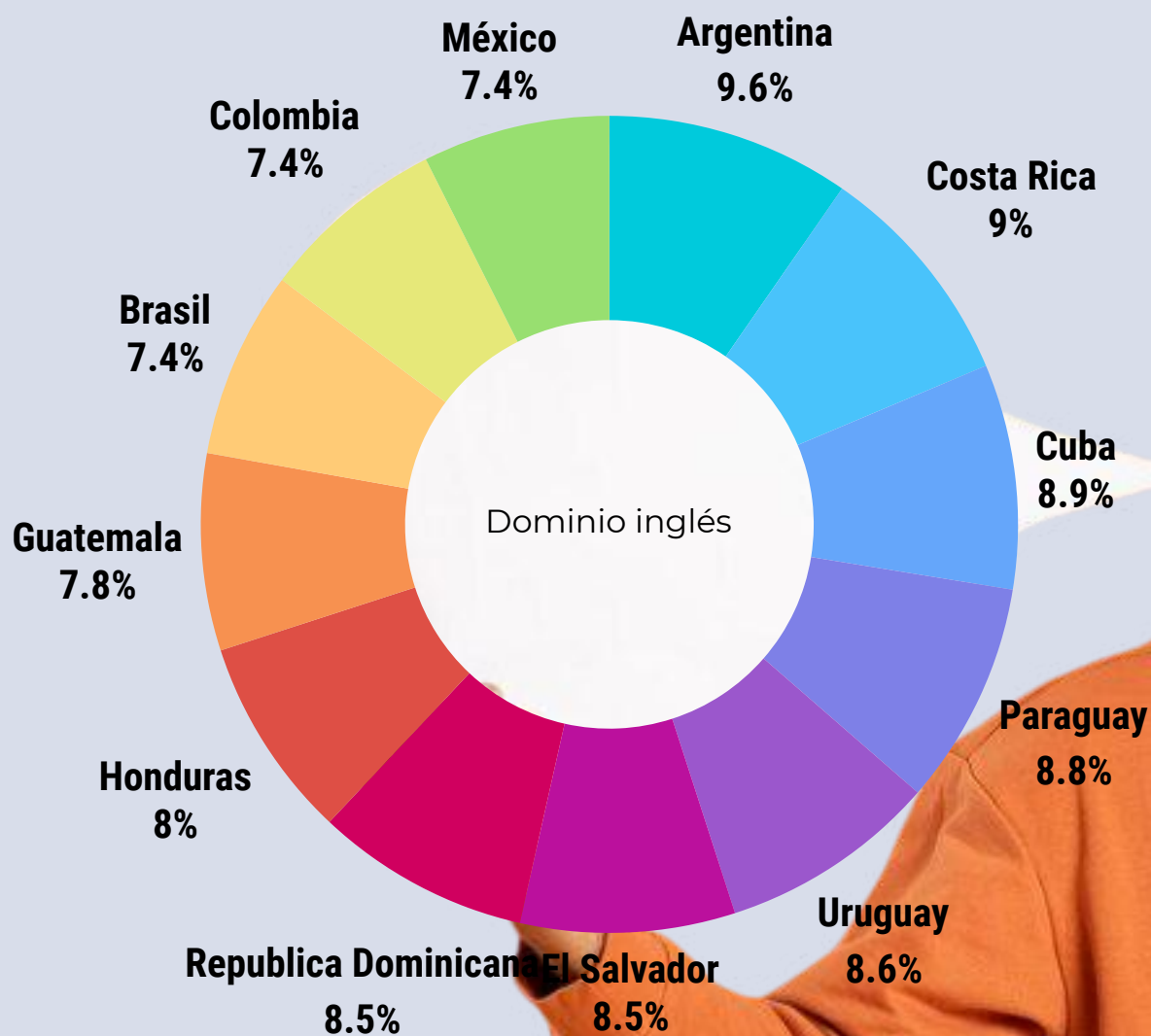


De esta suerte, Vera destaca que la integración de la inteligencia artificial (IA) en la educación lingüística es un paso importante para impulsar el aprendizaje de idiomas como una herramienta de personalización: **“la inteligencia artificial no sustituye el contacto humano en el aprendizaje de idiomas, pero puede ser una herramienta poderosa para acelerar el progreso”**. Agregando que si bien Italki es una plataforma que se puede usar de manera gratuita, su versión de pago, Italki plus, es una versión premium que incluye herramientas de inteligencia artificial para acelerar el aprendizaje.

La brecha en el dominio del inglés es un desafío urgente que requiere soluciones innovadoras y colaboración entre el sector privado, el educativo y el tecnológico. Plataformas como Italki representan una oportunidad para transformar esta realidad, impulsando tanto el crecimiento empresarial como el posicionamiento del país.



PAÍSES DE LATAM QUE HABLA MEJOR INGLÉS COMO SEGUNDO IDIOMA



Puntuación de acuerdo a prueba de inglés EF SET, muestra 2.1 millones en 116 países

Fuente EF English Profecy Index 2023

negociosparanegocios.com

CLIC Y ENCIENDE TU
NEGOCIO

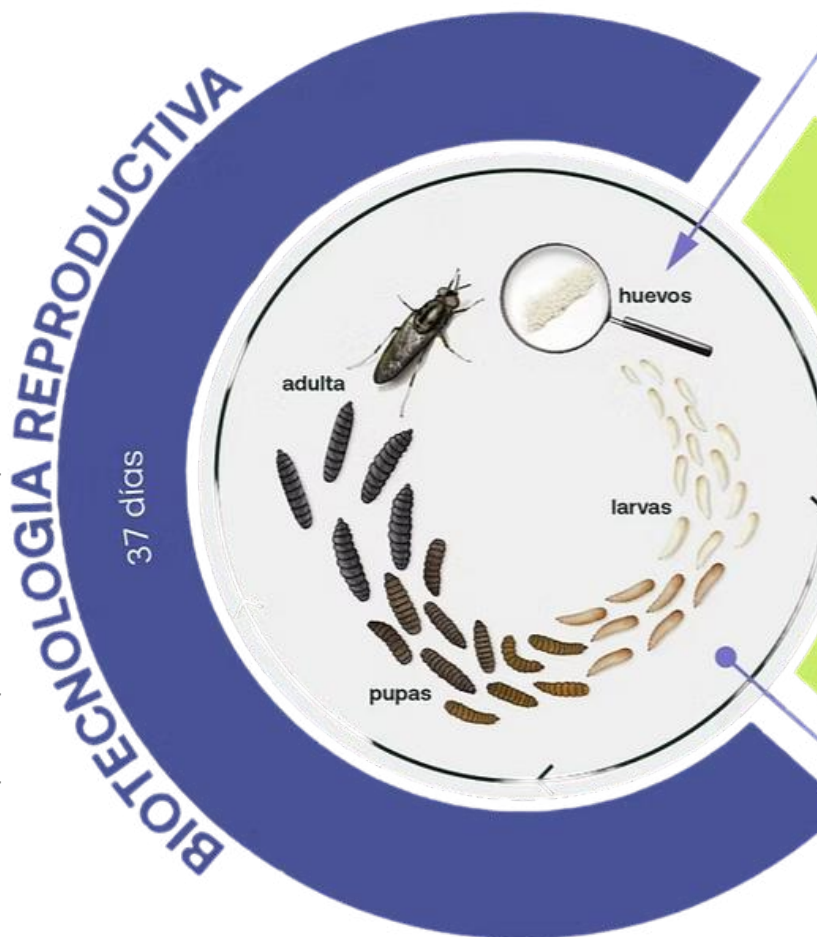
**Negocios
para**

Negocios

LA ECONOMÍA CIRCULAR TRANSFORMA LOS DESECHOS EN INSUMOS PARA LA AGROINDUSTRIA

La bioconversión con insectos permite reutilizar residuos en biomasa útil, ofreciendo una alternativa ecológica y rentable para el sector.

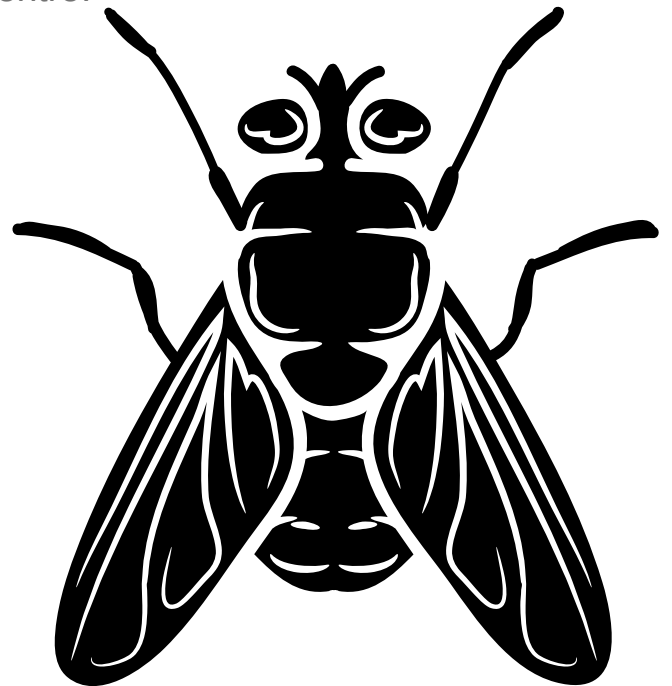
La gestión de residuos orgánicos representa un desafío ambiental a nivel global. Cada año, toneladas de contaminantes provenientes de diversos sectores, como la agricultura, el comercio y la gastronomía, terminan en vertederos, generando contaminación y desperdiciando recursos. Sin embargo, nuevas soluciones basadas en la economía circular están transformando estos residuos en insumos valiosos para el sector agroindustrial.



La bioconversión mediante la mosca soldado negro o BSF (*Hermetia illucens*) se ha posicionado como una alternativa innovadora y eficiente. Esta especie de insecto posee la capacidad de transformar residuos orgánicos en biomasa útil, reduciendo significativamente el volumen de desechos. Esto representa una oportunidad económica y sostenible para la generación de productos de valor.

“La mosca soldado negro es uno de los ejemplos más bonitos de la naturaleza sobre economía circular, donde uno toma residuos y genera productos de alto valor agregado”, explica Fernando Jabalquinto, CEO y Co-fundador de Infood Protein, una empresa chilena que ha desarrollado un modelo basado en la economía circular para convertir residuos orgánicos en insumos para la industria pet-food, fertilizantes agrícolas y la cría de salmón.

La mosca soldado negro pasa por un proceso de bioconversión en el que sus larvas se alimentan de residuos orgánicos, descomponiéndolos de manera acelerada gracias a su alta capacidad digestiva. Durante este proceso, transforman los desechos en biomasa rica en proteínas y grasas, que luego se pueden utilizar como insumo de distintas industrias. Además, los restos de su digestión generan un biofertilizante natural, cerrando así el ciclo de aprovechamiento de los residuos dentro.



Infood Protein aprovecha subproductos del sector cervecero y de la industria ORECA (hoteles, restaurantes y casinos), convirtiendo desechos que normalmente acabarían en vertederos en proteínas y biofertilizantes. Su eficiencia es notable: según Jabalquinto, un solo kilogramo de huevos de BSF puede transformar hasta 25 toneladas de residuos orgánicos en apenas diez días. **“El proceso de degradación con la mosca soldado negro es diez veces más rápido que un compostaje tradicional”**, señala el CEO.

“A pesar de su potencial, la adopción de esta biotecnología enfrenta barreras regulatorias. “Muchas veces, para implementar este tipo de industria se necesitan regulaciones especiales y, a decir verdad, aún falta mucho por avanzar en la normativa”, señala Jabalquinto. No obstante, con el avance de la investigación y una mayor apertura regulatoria, la bioconversión con la mosca soldado negro podría convertirse en un pilar clave para la sostenibilidad del sector agroindustrial en los próximos años.

“Debemos dejar de ver los residuos orgánicos simplemente como desechos, y empezar a reconocerlos como lo que realmente son: materias primas valiosas”.





hola@grupothepulic.com

+51 963 567 326



campañas digitales

GESTIÓN INFLUENCERS



JULIANA



BARRETO

“No hay edad para emprender”

Para la destacada empresaria, las habilidades blandas son el corazón del liderazgo y el emprendimiento, así como herramientas esenciales para construir negocios que impacten positivamente en la sociedad.



P

ara Juliana Barreto, liderar desde la autenticidad, donde los valores personales y las metas profesionales convergen, define el éxito. Como emprendedora, conferencista y mentora ha demostrado que el verdadero liderazgo se basa en inspirar, transformar y dejar una huella significativa en quienes la rodean

Con una trayectoria marcada por su visión estratégica, ha liderado empresas como Productos La Carreta, además de participar como inversionista y jurado en programas emblemáticos como **Shark Tank Colombia**. Pero Juliana ha ido más allá, gran parte de su carrera ha estado dedicada a promover el desarrollo personal y profesional de otros, a través de proyectos sociales que buscan empoderar comunidades y fomentar la equidad.

Para ella, cada logro, cada decisión tomada, debe estar conectada con algo más grande: el impacto que tendrá en las personas, en su equipo, en su entorno. "Nunca he entendido el liderazgo como un título o una posición. Ser líder es una responsabilidad hacia los demás, es entender el poder que tienes de influir positivamente en las personas que te rodean", comparte.

Juliana tiene claro que las *soft skills* —o habilidades blandas— son las competencias que marcarán la diferencia en el futuro del emprendimiento y la toma de decisiones. **"Yo sí creo que las personas que tengan las habilidades blandas más trabajadas y desarrolladas son las que van a ser exitosos en la vida"**, asegura.

Para ella, estas habilidades marcarán la diferencia en un mundo cada vez más automatizado. Competencias como la integridad, la honestidad, la tolerancia a la frustración, el trabajo en equipo, la adaptación al cambio y la resiliencia son esenciales para navegar en un mundo empresarial cada vez más complejo y competitivo.





“El éxito no es la cantidad de dinero que tengas en el bolsillo, ni los diplomas que tengas detrás de tu escritorio; es escoger lo que tú desees hacer, pero impactando positivamente en los demás”.

De esta suerte, iniciativas como “Mi jefe es un niño” buscan empoderar a las nuevas generaciones, involucrando a los más jóvenes en la toma de decisiones. Este proyecto tiene como objetivo enseñar a los niños y adolescentes los fundamentos del emprendimiento. **“No hay edad para emprender”**, afirma Juliana, quien cree firmemente que el espíritu emprendedor puede florecer desde temprana edad, siempre que se les brinde las herramientas y el apoyo necesarios para explorar su potencial.

Además, asegura que no es solo sobre saber, sino sobre creer. **“Si no crees en ti, los demás no lo harán. Esa seguridad interna es la que te permite conectar con el mundo y actuar con determinación. Pero, sobre todo, con humildad”**, explica. Y es que Juliana no cree en los líderes perfectos, sino en aquellos que, aunque imperfectos, se esfuerzan cada día por hacer las cosas con integridad y dedicación.



Juliana también ha aprendido que el camino del emprendimiento está lleno de altibajos. Desde la fundación de su propia empresa hasta sus días como mentora, ha experimentado los retos y las dudas de cerca. Pero, para ella, cada fracaso ha sido una lección que le ha permitido ser más fuerte, más resiliente. **"El emprendimiento no es un camino recto. Es un viaje lleno de incertidumbre, pero también de mucha satisfacción cuando logras algo que realmente resuena contigo"**, reflexiona.

“ Para mí, lo más valioso no son los resultados inmediatos, sino cómo esos resultados afectan a las personas con las que trabajas. ¿Cómo les ayudas a crecer? ¿Cómo creas un espacio donde se sientan valorados, escuchados, entendidos?”

En un mundo que a menudo valora la rapidez y los resultados inmediatos, Juliana nos recuerda la importancia de la paciencia, de hacer las cosas con propósito y, sobre todo, de no perder de vista lo que realmente importa: las personas. Su liderazgo, fundamentado en la empatía y la autenticidad, es un recordatorio constante de que el verdadero éxito no se mide solo en cifras, sino en las huellas que dejamos en los demás.

Julita Barreto es, ante todo, una persona que cree en el poder de la conexión humana y en la capacidad de cada individuo para transformar su entorno desde adentro. Y si algo nos deja claro con su filosofía es que el liderazgo, cuando es genuino y lleno de propósito, tiene el poder de cambiar el mundo.

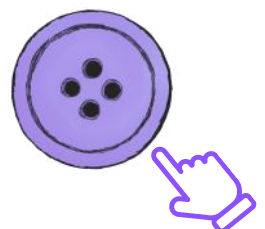


Países líderes en educación financiera

*Puntaje promedio según estudio PISA (OCDE)



Para más información presiona el botón



MEDIR EL IMPACTO PUBLICITARIO EN TIENDAS FÍSICAS SIN COOKIES

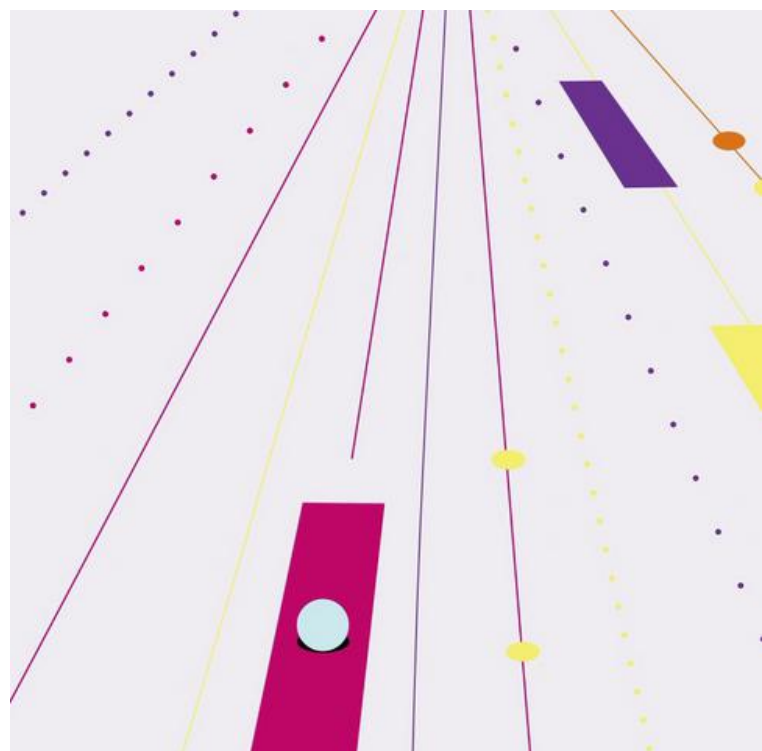
Solución que optimiza la segmentación de audiencias y mide con precisión la afluencia de clientes a los puntos de venta.

Hasta la actualidad, medir la conversión de campañas digitales en visitas a puntos de venta físicos era un desafío para los marketers. Pero con la evolución de la tecnología, cambia el panorama al permitir cuantificar la afluencia de clientes y el tiempo que permanecen en el establecimiento. Esto proporciona insights valiosos para optimizar estrategias publicitarias y mejorar la efectividad de las campañas.



En el caso de México, la industria publicitaria digital da un paso adelante con la llegada de **APPcelerate**, una tecnología sin cookies que permite medir con exactitud el impacto de la publicidad en el tráfico a tiendas físicas. Esta solución representa una evolución en la analítica de marketing, ofreciendo resultados medibles y escalables para las marcas.

Por su metodología *Drive to Store*, la empresa aprovecha datos de la huella catastral de los comercios para garantizar un alto nivel de precisión, certificado por Deloitte. Según datos de la compañía, su implementación ha generado un aumento del 16.8% en visitas a tiendas y un retorno de inversión (ROI) positivo de 2.3 por visitante.



En este aspecto, APPcelerate destaca que es importante ofrecer una precisión adecuada, permitiendo identificar con certeza si un usuario ingresó a la tienda o simplemente pasó cerca. **“Nuestra tecnología permite a las marcas y agencias conectar con sus audiencias de manera más precisa y efectiva sin depender de cookies, optimizando la segmentación al integrar datos de comportamiento físico y geográfico”**, explica Antonio Álvarez, managing director de APPcelerate.

Cabe señalar que una ventaja principal de esta innovación es que facilita estrategias omnicanal, cubriendo desde el branding hasta el performance, asegurando que las marcas impacten a sus audiencias en el momento y lugar adecuados.





De acuerdo con Statista, la inversión publicitaria en México superó los 132 mil millones de pesos, con el 54% destinado a medios digitales. Para este año, los marketers planean aumentar su presupuesto en segmentación de audiencias, compra programática y orientación geográfica local.

Al respecto, Álvarez hace hincapié en el potencial de la plataforma en la región: **“Desde el inicio del proyecto, ya contamos con una base de datos de más de 80 millones de usuarios en México y 60 millones también en Colombia, lo que nos permite desarrollar estrategias publicitarias de alto impacto”**.

Esta alternativa innovadora promete transformar la publicidad programática, eliminando la dependencia de cookies y siendo precisa para medir el impacto de la publicidad digital en el mundo físico. Desde luego, una alternativa para las marcas y agencias que buscan optimizar sus campañas y maximizar su ROI.



Top 10 de los principales países exportadores

País	miles millones de USD	% a nivel mundial	Exportación
China	3,380	14.2%	Tecnología, textiles, metales, químicos, vehículos y alimentos a EE. UU. y Japón.
E.E.U.U.	2,020	8.5%	Petróleo, tecnología, productos industriales/agrícolas y oro a Canadá, México y China.
Alemania	1,688	7.1%	Automóviles, maquinaria, productos químicos y electrónicos a EE. UU., Francia y China.
Países Bajos	935	3.9%	Maquinaria, combustibles y alimentos a Alemania, Bélgica y Francia.
Japón	717	3.0%	Automóviles, maquinaria y electrónicos a EE. UU., China y Taiwán.
Italia	677	2.8%	Automóviles, productos farmacéuticos y alimentos a Alemania, EE. UU. y Francia.
Francia	648	2.7%	Equipos de transporte, fármacos y vinos a Alemania, Italia y EE. UU.
Corea del Sur	632	2.7%	Semiconductores, automóviles y electrónicos a China, Japón y EE. UU.
México	593	2.5%	Alimentos (aguacate y chiles), automóviles y petróleo a EE. UU., Canadá y China.
Hong Kong	574	2.4%	Textiles, electrónicos y oro a China, India y Países Bajos.

Para más información presiona el botón



SOLO EL 4% DE LA INVERSIÓN FARMACÉUTICA SE DESTINA A ENFERMEDADES DE MUJERES

Las féminas son relegadas en la investigación científica, lo que se traduce en una menor atención a su salud y bienestar.

Kirsten Erichsen, gerente de desarrollo de Portafolio y Nuevos Negocios de Luminova Pharma Group.



A lo largo de la historia, la ciencia ha sido un motor de progreso para la humanidad pero no todos se han beneficiado por igual. Las mujeres, tanto investigadoras como sujetas de estudio, han ocupado un lugar secundario en el quehacer científico. Esta falta de representación ha limitado su participación en la generación de conocimiento y ha dejado vacíos significativos en la comprensión de su salud.

Según un informe del Foro Económico Mundial, en colaboración con el *McKinsey Health Institute*, las mujeres viven un 25% más de su vida en mala salud en comparación con los hombres. Esta disparidad se debe, en parte, a que ciertas enfermedades cardiovasculares o trastornos hormonales no han recibido la misma atención en la investigación médica.

Solo el 4% de la inversión global en investigación y desarrollo de productos farmacéuticos se destina a abordar enfermedades que afectan exclusivamente a mujeres, como la endometriosis, el cáncer de ovario o complicaciones relacionadas con la salud reproductiva. Esta falta de financiamiento limita el desarrollo de tratamientos efectivos, además de perpetuar desigualdades históricas en la atención médica.



"El cuerpo de una mujer no es igual al de un hombre o un niño; se comporta de manera diferente, y es crucial que la ciencia lo reconozca y lo comprenda", señala Kirsten Erichsen, gerente de desarrollo de Portafolio y Nuevos Negocios de Luminova Pharma Group, una compañía especializada en el desarrollo y comercialización de soluciones innovadoras en salud para América Latina.

La falta de representación femenina en la investigación también es evidente. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), solo el 30% de los investigadores en el mundo son mujeres. "Necesitamos políticas que fomenten la equidad de género y programas educativos que apoyen a las mujeres, especialmente a aquellas que son madres o enfrentan barreras económicas", comenta Erichsen.

En este sentido, la educación temprana es clave para cambiar esta realidad. Erichsen sugiere que, desde la infancia, se debe fomentar el interés de las niñas en carreras científicas. "Si desde pequeñas les mostramos que la ciencia también es para ellas, podemos inspirar a futuras generaciones de investigadoras", afirma. Esto no solo beneficiaría a las mujeres, sino que también enriquecería la investigación científica con enfoques más diversos y completos.

Aunque se han logrado avances, aún persisten desafíos significativos. La participación equitativa de las mujeres en la ciencia no es solo una cuestión de justicia, sino también una necesidad para avanzar hacia una medicina más precisa y personalizada. "Hasta hace 15 o 20 años comenzamos a ver un cambio en la inclusión de las mujeres en esta rama, pero todavía hay un largo camino por recorrer", finaliza la ejecutiva.



STUDIO 56

Films

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

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



PIENSO, LUEGO CONSUMO



LOS PLÁSTICOS COMPOSTABLES NO EVITAN LA GENERACIÓN DE MICROPLÁSTICOS

Muchos plásticos compostables fallan en degradarse y persisten como contaminantes, pero nuevos materiales de origen natural ofrecen una verdadera degradación sin dejar residuos.

La contaminación por microplásticos es una crisis silenciosa que afecta a ecosistemas, cadenas alimenticias y la salud humana. Estas diminutas partículas, derivadas de la degradación de plásticos, se han encontrado en los océanos, el aire y hasta en el agua potable.



En la actualidad, se estima que entre 75 y 199 millones de toneladas de plástico contaminan los mares, según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Además, de acuerdo con un estudio realizado por la Universidad de Kyushu, alrededor de 24,4 billones de microplásticos se encuentran solamente en las capas superiores de los océanos del mundo.

El problema radica en que los microplásticos no desaparecen, sino que se fragmentan en partículas aún más pequeñas que terminan en los cuerpos de los seres vivos. Estudios han detectado estas partículas en el torrente sanguíneo humano e incluso en la leche materna, lo que genera preocupaciones sobre sus efectos a largo plazo en la salud.

A medida que la crisis plástica se hace más evidente, han surgido soluciones aparentemente ecológicas, como los materiales biodegradables y compostables. Sin embargo, Gerardo Sanchez, CEO de Benat Eco, advierte que esta percepción es engañosa:

"Durante años pensamos que los materiales compostables eran la solución, pero hoy sabemos que muchos de ellos también generan microplásticos".

Según explica, muchos productos comercializados como compostables requieren condiciones específicas de temperatura y humedad para descomponerse por completo, algo que rara vez ocurre en entornos naturales.

Frente a esta problemática, Benat Eco ha desarrollado una solución innovadora: bolsas eco-regenerativas fabricadas con almidón de yuca. A diferencia de los plásticos convencionales y los supuestamente compostables, estas bolsas 100% libres de derivados de petróleo se degradan sin dejar residuos tóxicos ni microplásticos, aportando beneficios al medio ambiente. **"Cuando regresan al ambiente no solo no dañan, sino que incluso generan ciertos beneficios nutricionales a la tierra"**, destaca Sanchez.

A pesar de la innovación, la transición hacia materiales verdaderamente sustentables no es sencilla. Uno de los mayores desafíos es la falta de regulaciones claras que diferencien los materiales realmente biodegradables de aquellos que solo cumplen con requisitos mínimos. Sin embargo, la creciente conciencia ambiental y el compromiso de diversas empresas están impulsando cambios que podrían acelerar la adopción de soluciones más efectivas.

La lucha contra los microplásticos es un reto global que requiere soluciones integrales. Empresas como Benat Eco demuestran que la innovación puede ser aliada del medio ambiente y que un cambio en los hábitos de consumo es fundamental para un futuro libre de plásticos persistentes. La elección de materiales verdaderamente sostenibles no es solo una opción, sino una necesidad urgente. "No se trata solo de sustituir un material por otro; necesitamos cambiar la mentalidad de consumo", finaliza.



MICROPLÁSTICOS EN NUESTRO CUERPO

NÚMERO MEDIO DE PARTICULAS
MICROPLÁSTICOS

Agua
embotellada
94.37

Cerveza
32.27

Aire
9.80

Agua de
grifo
4.24

Mariscos
1.48

Azúcar
0.44

Sal
.11

Miel
.10

Partículas de microplásticos consumidas por personas.
Entre 78,000 y 211,000

Basado en la población estadounidense, valores
estimados en base a variaciones

Fuente: Human Consumption microplastics

 Club de Empresas



EMPRENDER ES SENCILLO

CLUBDEEMPRESAS.COM

Empleos tecnológicos más demandados para el 2025

Analista de datos

Imprescindible para la toma de decisiones estratégicas basadas en el análisis de grandes volúmenes de información.

Especialista en ciberseguridad

Protege infraestructuras digitales ante el aumento de ciberataques, garantizando la seguridad de datos

Especialista en telemedicina

Facilita la atención médica remota con tecnologías para teleconsulta, telemonitorización y telecirugía

Ingeniero en energías renovables

Diseña soluciones sostenibles ante la transición global hacia fuentes de energía limpia.

Desarrollador de software

Crea aplicaciones y plataformas digitales esenciales en la transformación digital de empresas

Especialista en inteligencia artificial

Lidera la automatización y digitalización con IA en múltiples sectores

Experto en computación en la nube

Optimiza recursos empresariales con infraestructuras digitales escalables y accesibles

Arquitecto de datos

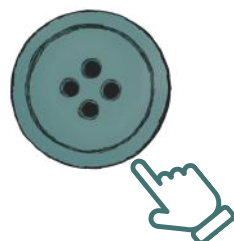
Estructura y optimiza bases de datos para mejorar la toma de decisiones.

Desarrollador de blockchain

Impulsa la seguridad y eficiencia en transacciones digitales con tecnología descentralizada



Para más información presiona el botón



LAS MEJORES CIUDADES EUROPEAS PARA EMPRENDER EN 2025

Startups en auge,
incentivos gubernamentales
y acceso a talento global.

El ecosistema empresarial en Europa sigue creciendo y atrayendo a emprendedores de todo el mundo. La combinación de infraestructura avanzada, incentivos gubernamentales y redes de apoyo hacen de muchas ciudades europeas destinos ideales para iniciar un negocio. Desde centros financieros consolidados hasta nuevas capitales de la innovación, el viejo continente ofrece un abanico de posibilidades para quienes buscan emprender con éxito.



A pesar de los desafíos del Brexit, Londres se mantiene como una de las mejores ciudades para emprendedores. La capital británica es un imán para la inversión, con un ecosistema tecnológico sólido y una comunidad de *startups* en constante crecimiento. "El acceso a talento global y una red de financiamiento robusta hacen de Londres un destino incomparable para quienes desean lanzar su empresa", señala un informe de Startup Genome.

Con costos de vida más accesibles que otras capitales europeas, Berlín se ha convertido en un refugio para creativos. Su ambiente cosmopolita y su apoyo a la innovación la posicionan como una de las ciudades más atractivas para lanzar un negocio. Además, el Gobierno alemán ofrece múltiples incentivos para empresas tecnológicas, lo que facilita la financiación inicial de los proyectos.

Suecia también ha dado al mundo gigantes tecnológicos como Spotify y Klarna, y su capital, Estocolmo, sigue siendo un epicentro del emprendimiento digital. Con un fuerte enfoque en la sostenibilidad, la ciudad escandinava es ideal para *startups* que buscan impacto global. "El ecosistema aquí está diseñado para fomentar la innovación sostenible", destaca un reporte del Swedish Institute.

Debido a su ubicación estratégica y su mentalidad abierta a los negocios, Ámsterdam es una de las mejores ciudades para emprender en Europa. Su ecosistema se beneficia de un acceso rápido a mercados internacionales y de una infraestructura tecnológica de primer nivel. Además, la calidad de vida en la ciudad es un punto extra que atrae a talento de todo el mundo.

Por último, Barcelona, la capital catalana, se ha consolidado como un hub tecnológico en el sur de Europa. Su clima, su calidad de vida y su comunidad internacional de emprendedores la convierten en una opción atractiva para quienes desean iniciar un negocio. **"Barcelona combina un gran talento tecnológico con un ambiente propicio para la creatividad"**, destaca un estudio de la Comisión Europea.

Cada una de estas ciudades ofrece condiciones únicas para los emprendedores. Desde la solidez financiera de Londres hasta la innovación sostenible de Estocolmo, Europa se mantiene como un territorio fértil para quienes buscan iniciar su propio negocio.



NR Nucleo**Rural**

Ideas que hacen florecer
agronegocios



nucleo**rural**.com

El guardián jaspeado en



Jaime Antonio Ferreira ha llevado esta técnica más allá de la tradición, utilizándola como medio de expresión artística y activismo.



del rebozo n México



El rebozo jaspeado, una de las expresiones textiles más representativas de México, ha encontrado en Jaime Antonio Ferreira a un incansable defensor. Artesano y activista, se ha dedicado desde 2011 a la elaboración de estos textiles, primero incursionando en los rebozos rayados y, con el tiempo, especializándose en los jaspeados, aquellos que presentan complejos diseños elaborados con la técnica del teñido ikat.

Su formación en el telar de cintura la adquirió gracias a la maestra artesana Esperanza Valencia Mora, en la Casa de las Artesanías de Morelia, mientras que el manejo del telar de pedal lo aprendió de forma autodidacta tras adquirir uno en Pátzcuaro.

Paralelamente a sus estudios en Historia en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (2010-2014), Ferreira se adentró en el mundo del rebozo por los textos de la antropóloga Martha Turok, reconocida investigadora y promotora de este arte textil. Inspirado por sus lecturas, decidió profundizar en la técnica y buscó espacios donde pudiera aprender más.

“Investigué dónde adquirir más conocimientos y supe que en Jiquilpan, Michoacán, existía ‘La Casita de Piedra’, un proyecto para revitalizar la rebocería con el apoyo de instructoras de Santa María del Río, San Luis Potosí”, comenta. Allí aprendió la compleja técnica del jaspeado, que implica realizar diseños sobre los hilos mediante amarres antes del tejido, logrando patrones únicos.

En 2015, conoció a Martha Turok, quien lo invitó a participar en el congreso **“El arte del jaspe y del rebozo”** en la Ciudad de México. **“La contacté y me invitó a una exposición y a presentar una ponencia; fue mi primera oportunidad de darme a conocer con el tema de los rebozos jaspeados”,** recuerda.



A partir de ahí, su trayectoria fue en ascenso. En 2018 obtuvo el primer lugar en un concurso de textiles, lo que le permitió ampliar su reconocimiento. En 2023, compitió en el Concurso Nacional de Textiles y Rebozo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, donde logró el tercer lugar. También estuvo en eventos como el encuentro shibori en el Museo Textil de Oaxaca en 2016 y la Bienal FEMSA en Morelia en 2019.

Además de su labor como artesano, Ferreira ha utilizado el rebozo como una herramienta de denuncia social. Ha desarrollado piezas que visibilizan la discriminación hacia personas homosexuales y portadoras de VIH, integrando su visión artística con un mensaje de inclusión y respeto.

Como activista, trabaja en proyectos que buscan mejorar las condiciones laborales de las comunidades artesanales. Así, fue beneficiario de Pro-Juventudes del IMJUVE, lo que permitió financiar iniciativas como **“Mujeres de Turícuaro tejiendo una vida digna”**, enfocado en mejorar la situación laboral de mujeres purépechas; y **“Jóvenes de Cuanajo tejiendo redes de apoyo”**, para la capacitación de nuevos artesanos.

De esta manera, Jaime Antonio no solo es un maestro en esta técnica, sino también un defensor incansable de los derechos de los artesanos. A través de su talento rescata una tradición ancestral y la proyecta hacia el futuro, asegurando que nuevas generaciones continúen tejiendo historias en cada hilo de sus rebozos.



THEPUBLIC

MKT CONTENIDOS

Contenidos que posicionan

www.grupothepublic.com

+51 963 567 326



THE PUBLIC

ANUNCIANTE



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.

MEGAMETROPOLI

Equipo comercial
+51 963 567 326
hola@grupothepublic.com