

THE PUBLIC



TENDENCIAS

HOTELES VERDES: UN REFUGIO PARA EL PLANETA Y LA SOCIEDAD

TECNOLOGÍA

TELEMAMOGRAFÍAS PARA DIAGNOSTICAR A TIEMPO EL CÁNCER DE MAMÁ

EL ESPECIAL

BENEFICIOS DE LA ARBORIZACIÓN EN LAS CIUDADES

ENTREVISTA

LICUADORA GROUP

LA AGENCIA PRESENTA DIGITAL X, UNA DIVISIÓN DE SU CORPORATIVO DEDICADA AL MARKETING DIGITAL

EDICIÓN ANTERIOR



Entrevista a Rodrigo Taramona, creador de contenido y divulgador tecnológico. Y más artículos.

INDICE

6

La inversión todavía es un desafío para la digitalización empresarial

El 62% de las pymes han manifestado que, tras la pandemia, la digitalización ha sido un factor clave para su actividad (Cámara de Comercio de España).



10

Educación financiera para líderes empresariales del mañana

La carencia de conocimientos financieros en los jóvenes podría tener repercusiones negativas en la administración empresarial.

14

Guillermo Pepe: "Una de cada 8 mujeres podría salvarse del cáncer de mama gracias a la tecnología"

El cáncer de mama es la causa principal de mortalidad entre las mujeres, cobrando la vida de casi 300,000 mujeres al año.



20

Planta de plátano: valioso recurso para impulsar la economía agrícola

La recuperación de los residuos de la platanera está impactando de manera sostenible en la agricultura.

24

Un llamado urgente para salvar a los pulmones del mundo

Los árboles enfrentan una serie de desafíos que amenazan su población mundial, destacando la urgente necesidad de concientizar sobre su protección.



28

Digital X: data y tecnología para cautivar a la audiencia

Los creadores del primer museo 100% virtual llegan con inteligencia artificial, realidad aumentada y más ingredientes para preparar un verdadero mix creativo.

34 ¿Cómo captar la atención del usuario?

Las audiencias modernas buscan contenido que resuene con sus emociones y experiencias que trascienden la promoción.



Diseño industrial: la fuerza invisible que moldea nuestra vida cotidiana

Más allá de la forma y la función, el diseño industrial busca mejorar la calidad de vida de las personas, creando objetos que conecten con el usuario.

38

42 Hoteles verdes: un refugio para el planeta y la sociedad

Desde la reducción de la huella de carbono hasta el apoyo a las comunidades locales, los hoteles sustentables ofrecen una experiencia única.



Zona de indiferencia: obras libres de expectativas y juicios

La obra de Mario Palacios Kaim estará abierta al público hasta el 31 de agosto, en el Museo de la Ciudad de México.

46

50 La belleza oculta de los desechos: el arte sostenible de Miquel Aparici

Sus esculturas fusionan arte y conciencia ambiental, revelando la belleza olvidada en lo que descartamos.



Moda étnica: un mundo de colores y tradiciones

Los diseñadores están creando una nueva narrativa en la moda étnica, que es tan emocionante como inclusiva.

56

COLUMNA 60

El poder de la denuncia para democratizar la justicia en México



[ver más >>](#)

Directora
Nayla López

Editora
Estefani Rodríguez
erodriguez@grupothepublic.com

Redactores
Leonardo Rodríguez
lrodriguez@grupothepublic.com
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

PALABRAS DEL

EDITOR

Aunque frecuentemente son subestimados, los árboles actúan como guardianes silenciosos de nuestro bienestar ambiental y social. A propósito del Día del Árbol, celebrado cada 28 de junio, en esta edición, revisamos las razones del porqué estos gigantes verdes mejoran la calidad de vida en el entorno urbano.

Nuestra portada la dedicamos a los creadores del primer museo 100% virtual, Licuadora Group, quienes acaban de lanzar su nueva propuesta de marketing digital bajo el nombre de Digital X. Con el uso de inteligencia artificial (IA), realidad aumentada, herramientas de UX y más ingredientes, prometen preparar un verdadero mix creativo.

Aprovechando la popularidad y desarrollo de la IA, Mamotest destaca en el mundo de la medicina con su tecnología avanzada para la detección del cáncer de mama. A través de “telemamografías”, los diagnósticos pueden ser almacenados en la nube y revisados remotamente por especialistas apoyados con inteligencia artificial.

Así como la tecnología está cambiando nuestra vida, la sostenibilidad se ha convertido en una tendencia inevitable en el camino hacia un futuro mejor. Minor Hotels, que ha recibido recientemente la certificación Green Key en México, nos comparte los aportes más importantes de los hoteles verdes.

Si miráramos hacia adelante, es imperativo que sigamos fomentando una cultura de responsabilidad y creatividad, asegurándonos de que cada paso que demos refleje nuestro compromiso con un mundo más consciente, donde el ingenio humano y la naturaleza coexistan en perfecta sinfonía.



Estefani R.

EDITORA

GRUPO EDITORIAL

THEPUBLIC

**CONOCEMOS
A TU PÚBLICO**



Ventas
+521 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com

LA INVERSIÓN TODAVÍA ES UN DESAFÍO PARA LA DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL

El 62% de las pymes han manifestado que, tras la pandemia, la digitalización ha sido un factor clave para su actividad (Cámara de Comercio de España).

Escrito por: Estefani Rodriguez



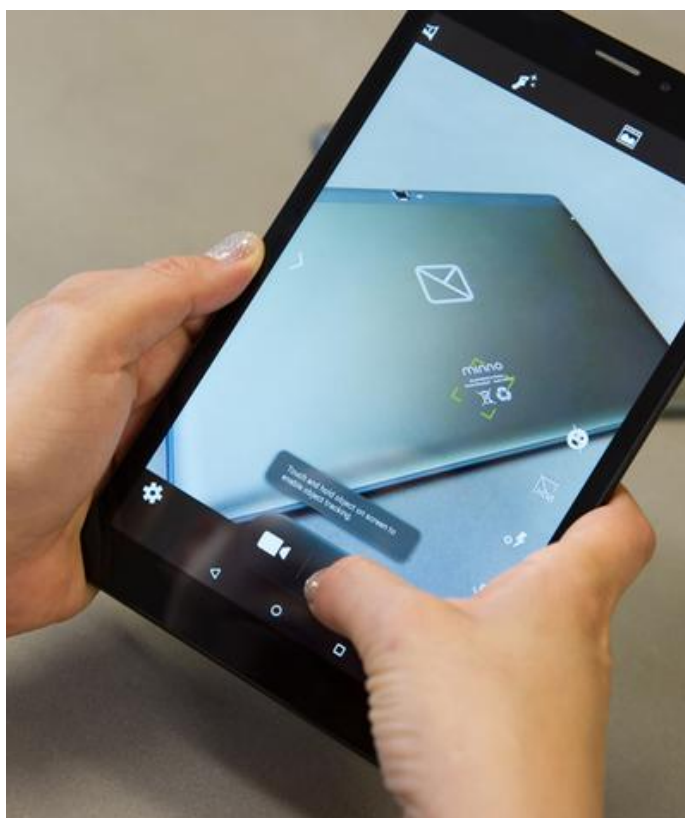
Las pymes que desean lograr una mayor competitividad y eficiencia operativa han encontrado en la digitalización un camino clave; sin embargo, aún presentan un desafío importante: la inversión.

“Las empresas han estado implementando poco a poco dispositivos electrónicos de acuerdo a sus recursos. Incorporarlos de manera adecuada y hacerlo con la planeación financiera correcta es el reto”

Carlos Sandoval, director general de [Minno Latam](#)

De acuerdo al ejecutivo, es primordial definir el motivo de por qué se necesita un dispositivo móvil y qué proceso se quiere mejorar. Para ello, Minno ofrece un servicio de consultoría, donde junto con el cliente evalúan sus necesidades y el tipo de servicio adecuado para la empresa. **“Si sabemos para qué lo voy a utilizar, cuando llegue el momento del tema financiero no habrá ningún problema de llevar a cabo esa inversión”**.

Diversos rubros, como salud, educación, restaurantes y hasta el sector agropecuario, se están digitalizando y beneficiándose con el uso de tablets. “Usar dispositivos móviles te genera mayores ventas, mejores expectativas y sobre todo una permanencia en el mercado. Puede emplearse en áreas operativas, administrativas o incluso para la agilización de procesos. Si hablamos de



una empresa restaurantera, por ejemplo, la experiencia del usuario se vuelve muchísimo más eficiente. También se pueden evitar errores en procesos de entrega”, explica.

En el caso de España, según el Observatorio de Competitividad Empresarial realizado por la Cámara de Comercio, el 62% de las pymes han manifestado que, tras la pandemia, la digitalización ha sido un factor clave para su actividad. La importancia de la transformación digital para el porvenir de una empresa se vuelve más evidente a medida que esta crece en tamaño.

Por ejemplo, mientras que un 55% de las compañías que cuentan con menos de 10 empleados reconocen la digitalización como un elemento crucial, este porcentaje se incrementa al 71% para aquellas con entre 10 y 49 trabajadores, y alcanza el 80% para las pymes que superan los 50 empleados.

Desde el lado del hardware y software, la pandemia también ha obligado a desarrollar dispositivos y sistemas más eficientes y confiables en calidad y en performance. Al respecto, Sandoval comenta: **“Algo que nos ha hecho fuerte en el mercado es tener dispositivos en Android y plataforma Windows, ya que los clientes pueden implementar o cambiar ciertos procesos de manera más transparente y rápida”**.



Además de permitir una mayor eficiencia y optimización en los procesos, contar con un dispositivo móvil con un sistema operativo adecuado también brinda mayor movilidad, rendimiento de inversión y mejora la experiencia del cliente final al modernizar, actualizar y reinventar los procesos.

En plena era digital, es crucial que las empresas se adapten a las tendencias y demandas del mercado. Aquellas que adopten y aprovechen la tecnología estarán mejor equipadas para satisfacer las necesidades de los clientes, mantenerse relevantes en sus industrias y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Negocios
para
Negocios

“Para tener éxito hay que tener el corazón en el negocio y el negocio en el corazón”

Thomas Watson

negociosparanegocios.com

EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LÍDERES EMPRESARIALES DEL MAÑANA

La carencia de conocimientos financieros en los jóvenes podría tener repercusiones negativas en la administración empresarial.

Escrito por: Esperanza Aguilera

La necesidad de una educación financiera sólida para el desarrollo de los jóvenes es innegable en un mundo donde la economía fluctúa con rapidez. Esto no solo mejorará su calidad de vida, sino que también impulsará el consumo responsable y el emprendimiento, contribuyendo así a un futuro económico sostenible.

Según datos del Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF), en la

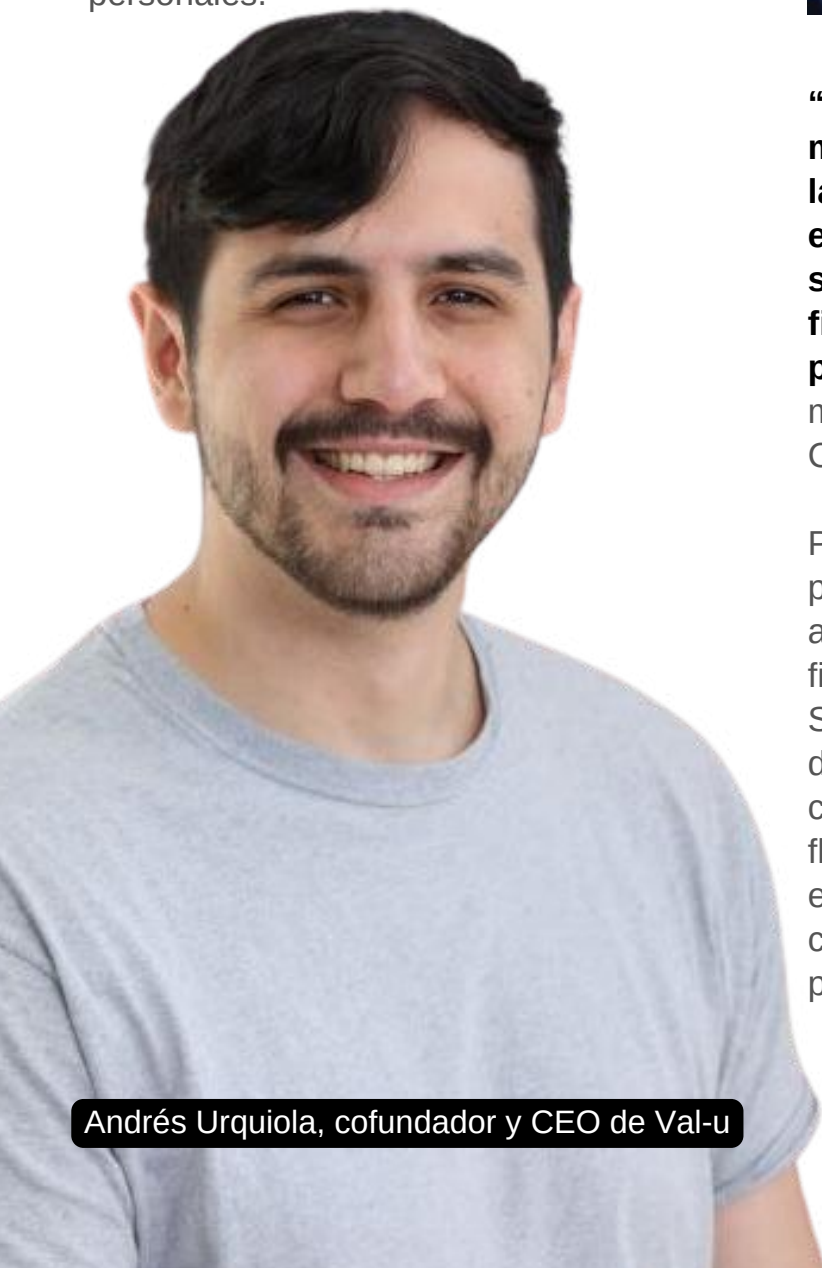
región, en promedio, tres de cada cinco personas carecen de una meta financiera definida. En México, solo el 26% de la población posee conocimientos en materia de finanzas personales, subrayando así la notable ausencia de educación financiera en la sociedad.

La importancia de enseñar finanzas a los jóvenes radica en su capacidad para tomar decisiones financieras informadas. Conocer conceptos como presupuesto, ahorro e inversión les permite gestionar sus recursos de manera eficiente desde una edad temprana, sentando las bases para una vida económica estable y próspera.



En el contexto empresarial, la falta de educación financiera entre los jóvenes puede impactar negativamente en la gestión de las empresas. Los futuros líderes empresariales necesitan comprender aspectos como la gestión de riesgos, el análisis de estados financieros y la planificación fiscal para tomar decisiones estratégicas acertadas.

De acuerdo con un análisis de la firma PwC (PriceWaterhouseCoopers), la falta de educación financiera entre los empleados puede generar a las empresas un costo anual de hasta 17,000 dólares por empleado en concepto de rotación y reemplazo, y hasta 5,000 dólares en gastos relacionados con dificultades financieras personales.



“Tu primera empresa eres tú, porque los mismos fundamentos que se aplican a las finanzas personales se aplican a las empresas, solo que en mayor escala. Si somos capaces de comprender las finanzas y los riesgos personales, podemos expandirlo a una organización”, menciona Andrés Urquiola, cofundador y CEO de Val-u.

Por ello, Val-u ha surgido como una plataforma educativa web que busca abordar la necesidad de educación financiera en los jóvenes entre 10 y 19 años. Su enfoque abarca desde conceptos básicos de finanzas personales hasta la comprensión de criptomonedas. La flexibilidad de Val-u permite su integración en diversas materias escolares, ya sea como una asignatura independiente o como parte del plan de estudios.

Andrés Urquiola, cofundador y CEO de Val-u

A través de esta aplicación, los profesores utilizan el contenido de Val-u en el aula para realizar actividades que fomenten el aprendizaje práctico, mientras que los estudiantes tienen acceso a una variedad de recursos, desde simulaciones de realidad virtual hasta juegos interactivos y videos educativos.

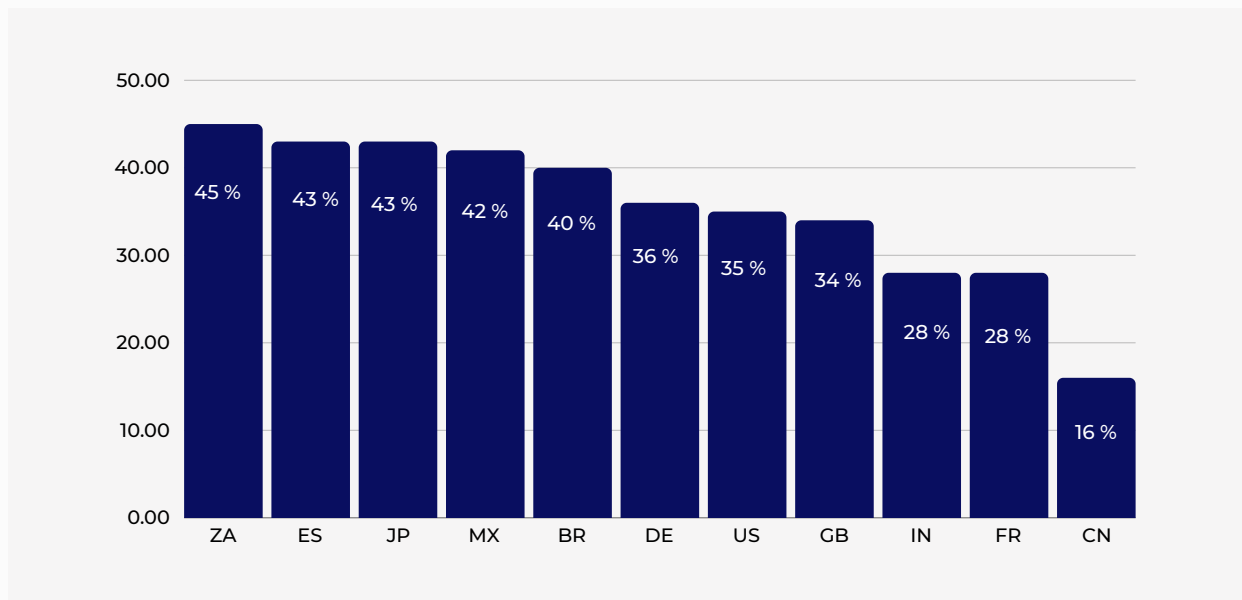
“Nosotros creemos que esta es la mejor manera de enseñar [la educación financiera]. Podemos imaginarlo como un libro de texto, pero mejor y más cómodo. Tiene realidad virtual, toma de decisiones, juegos, videos cortos y ejercicios de análisis”, explica el CEO.

Además, cuenta con una amplia gama de herramientas: ofrece talleres introductorios y cursos en línea sobre temas específicos de finanzas personales, cubriendo desde el presupuesto hasta la inversión y el crédito, adaptándose a las necesidades y realidades de cada institución educativa.

Invertir en la educación financiera desde una edad temprana empodera a los jóvenes para tomar decisiones inteligentes en el futuro, pero también contribuye al crecimiento económico sostenible y al desarrollo de empresas más sólidas y competitivas. En definitiva, la educación financiera es una inversión de la sociedad en su conjunto.

¿A CUÁNTOS LES PREOCUPA SU FUTURO FINANCIERO?

Porcentaje de encuestados en países seleccionados que están preocupados por su futuro financiero



Fuente: Statista

Razones para implementar un **Seo** en tu empresa

Te posiciona frente a tu audiencia justo en el momento en que están buscando lo que ofreces.

Incrementa el tráfico de forma natural y orgánica a tu sitio web.

Mejora la presencia y el reconocimiento de tu marca en línea.

Atrae a clientes potenciales de manera efectiva.

Agiliza el proceso de conversión de clientes al ofrecerles lo que necesitan en el momento adecuado.

Establece tu autoridad y liderazgo en tu nicho de mercado.

Proporciona un alto rendimiento en términos de inversión.



Seo



GUILLERMO PEPE: "UNA DE CADA 8 MUJERES PODRÍA SALVARSE DEL CÁNCER DE MAMA GRACIAS A LA TECNOLOGÍA"

El cáncer de mama es la causa principal de mortalidad entre las mujeres, cobrando la vida de casi 300,000 mujeres al año.

Escrito por: Esperanza Aguilera

E

n la actualidad, la tecnológica se ha convertido en un pilar fundamental para el avance de la medicina y la aten-

ción sanitaria. Las soluciones tecnológicas han permitido revolucionar la manera en que se detectan y tratan diversas enfermedades. En regiones donde el acceso a servicios de salud es limitado, estas herramientas son especialmente cruciales, ya que pueden cerrar brechas significativas en la atención médica.

En América Latina, uno de los principales retos es combatir el cáncer de mama, siendo esta la neoplasia más frecuente entre las mujeres, con una incidencia anual de 152,059 casos, según datos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).



Hoy en día, el cáncer de mama representa el 27% de los nuevos casos y el 16% de las defunciones por cáncer en mujeres. Además, se proyecta un aumento en los casos para el año 2030, con aproximadamente 572,000 nuevos casos y unas 130,000 muertes, de acuerdo con la ONU.

No obstante, el mayor desafío reside en que frecuentemente se diagnostica en etapas avanzadas, lo que reduce drásticamente las

posibilidades de supervivencia. La falta de acceso a mamografías de calidad y la escasez de médicos especializados son obstáculos significativos en muchos países latinoamericanos.

Las mujeres que son diagnosticadas en etapas tempranas (I y II), si reciben tratamiento, tienen pronósticos positivos y tasas de supervivencia a 5 años del 80% al 90 %, de acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

En este contexto, Mamotest surge con un único propósito: promover el diagnóstico temprano, el acompañamiento y la atención integral de las mujeres con cáncer de mama. Su enfoque abarca todo el proceso, desde la realización de la mamografía hasta el acceso al tratamiento y el apoyo continuo durante todo el camino hacia la recuperación.

Utilizando tecnología avanzada, Mamotest realiza “telemamografías”, que son mamografías digitales almacenadas en la nube y revisadas remotamente por especialistas apoyados con inteligencia artificial. Esto facilita una detección más eficiente y accesible.

"Establecemos conexiones con terceros, como clínicas y hospitales, y coordinamos nuestra labor con empresas dedicadas a la salud de la mujer para promover campañas de sensibilización y que ellas acudan a las clínicas. Después sus diagnósticos son evaluados digitalmente por expertos alrededor del mundo", explica Guillermo Pepe, fundador y CEO de Mamotest.



La visión de esta empresa es democratizar el acceso a la salud a través de la tecnología, garantizando que todas las mujeres sin importar su ubicación o situación económica, tengan acceso a diagnósticos de alta calidad y tratamientos adecuados. Esta democratización no solo salva vidas, sino que también fortalece las comunidades al asegurar que más mujeres puedan recibir la atención médica que necesitan y merecen.

"El cáncer de mama es la causa principal de mortalidad entre las mujeres, cobrando la vida de casi 300,000 mujeres al año. Una de cada 8 mujeres podría salvarse si tuviera acceso a un diagnóstico precoz", comparte.

Su enfoque innovador y su dedicación a la detección temprana están marcando la diferencia en la vida de muchas mujeres, salvando vidas y ofreciendo esperanza a quienes combaten esta enfermedad.



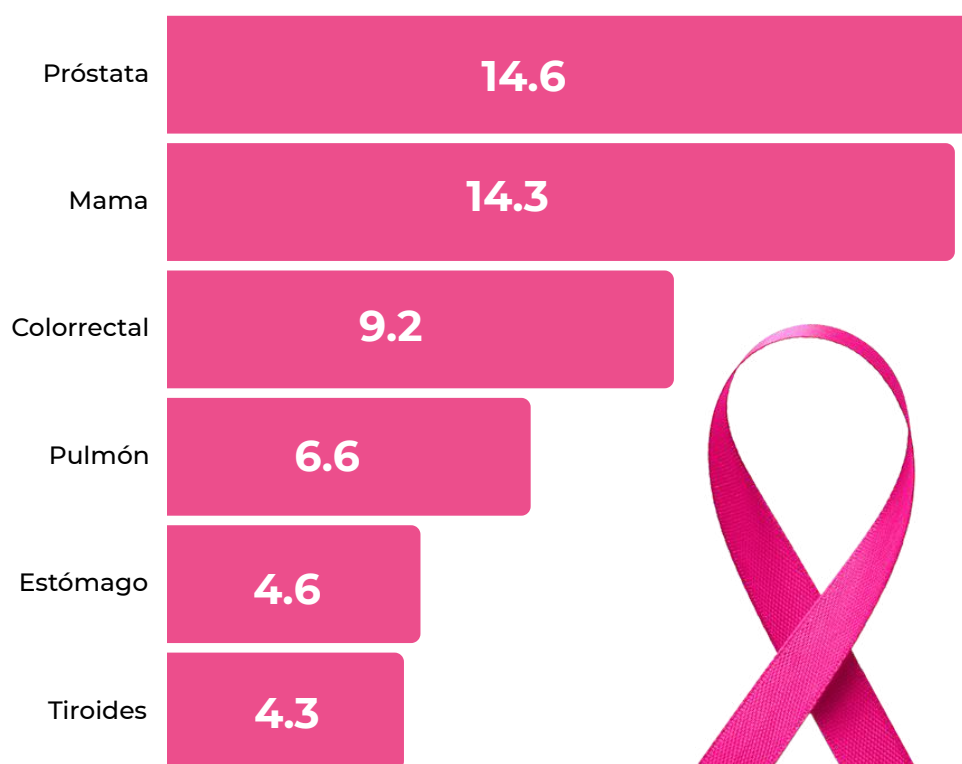
"La ventaja de la tecnología es que prácticamente no tiene límites. Con las herramientas tecnológicas disponibles hoy en día, es posible proporcionar diagnósticos y tratamientos médicos de alta calidad a un costo significativamente menor, poniendo la solución al alcance de la mano de todos".

La era digital ha abierto la puerta a la democratización de la salud, pero para seguir avanzando es esencial que toda la sociedad colabore activamente. Esto incluye no solo la innovación y la inversión en tecnologías médicas, sino también el compromiso de gobiernos, empresas y ciudadanos en fomentar una cultura de salud preventiva y accesible.

"Es una responsabilidad compartida de toda la sociedad. Tanto el sector público como el privado deben participar en la educación y la sensibilización, desde la enseñanza en las escuelas hasta las campañas de divulgación", concluye Guillermo Pepe.

CÁNCER: LOS TIPOS MÁS COMUNES EN AMÉRICA DEL SUR Y EL CARIBE

Tipos de cáncer más diagnosticados en América del Sur y el Caribe en 2020 (en % del total de diagnósticos)



Fuente: The Lancet

Fuente: Statista

Información segura en la nube

Elige un **proveedor** de servicios en la nube con una sólida **reputación en seguridad**.

Lleva un **control** adecuado del **acceso de usuarios** conforme las actividades que desempeñan, y gestiona las identificaciones y accesos de forma centralizada y segura.

Establece la protección de datos mediante **políticas claras** para los usuarios, estableciendo privacidad en el manejo de datos y respuesta inmediata ante incidentes.

Elabora un 'Plan de contingencia' ante ataques para mitigar el impacto y prevenir la pérdida o sustracción de información.

Realiza regularmente una **evaluación de seguridad integral** a través de pruebas de penetración para identificar y mitigar la vulnerabilidad.

Capacita regularmente a tus **colaboradores** sobre las mejores prácticas de seguridad y cómo reconocer virus y reportar actividades sospechosas.

CAMPAÑAS CON INFLUENCERS

life of v2

WATER
BECOMES
VODKA

WHEN
I GETTING
MIGHT
SWINGING
IN THE
PLAYGROUND

WHEN
MOM
WAS
OUR
HERO

www.grupothepublic.com

PLANTA DE PLÁTANO: VALIOSO RECURSO PARA IMPULSAR LA ECONOMÍA AGRÍCOLA

Escrito por: Estefani Rodriguez

Durante toda la historia de la agricultura, la platanera ha sido una de las plantas más cultivadas y apreciadas en muchas regiones del mundo. Pero más allá de los sabrosos frutos que produce, la planta de plátano genera una considerable cantidad de residuos que, si se gestionan adecuadamente, pueden ofrecer enormes beneficios tanto para el medio ambiente como para el sector agrícola.

En la producción de plátanos, cada planta produce un solo racimo antes de ser cortada, lo que genera una gran cantidad de residuos vegetales, incluyendo hojas, pseudotallos y raquis. Tradicionalmente, estos residuos se han considerado un subproducto inútil y, a menudo, se dejan descomponer en el campo o se queman,

La recuperación de los residuos de la platanera está impactando de manera sostenible en la agricultura.





Néstor Santiago, fundador y CEO de Fibras Naturales Canarias

prácticas que pueden generar problemas ambientales significativos como la emisión de gases de efecto invernadero y la degradación del suelo.

Sin embargo, a medida que avanza la concientización ambiental, están surgiendo proyectos que permiten la gestión adecuada y la recuperación de estos residuos con el objetivo de transformar este problema en una oportunidad. Fibras Naturales Canarias, una empresa española que nació como un proyecto en las aulas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, es un claro ejemplo de ello.

De acuerdo a sus investigaciones, el cultivo del plátano en las Islas Canarias es de gran importancia, ya que ocupa el 22% del área agrícola, equivalente a aproximadamente 9,000 hectáreas. En 2018, la producción alcanzó las 390,925

toneladas, cubriendo cerca del 50% de la producción europea. No obstante, cada año se desechan alrededor de 16,484.371 rolos (desechos).

Al estudiar esta problemática, descubrieron que el pseudotallo presenta un potencial aprovechable, ya que se puede extraer una fibra vegetal de alta calidad, así como agua y pulpa, que son materias primas útiles en la fabricación de diversos materiales biodegradables en sectores como: textil, plástico, automovilístico, construcción, agricultura y acuicultura.

“La platanera es oro. Esta planta nace, crece y cuando bota su racimo de plátano, nosotros recogemos los rolos de las fincas agrícolas para llevarlos a nuestra sede y procesarlos; es decir, los desarmamos, los deshojamos y extraemos fibra natural, pulpa y agua”, explica Néstor Santiago, fundador y CEO de Fibras Naturales Canarias.

Por un lado, la fibra extraída de la platanera es valorada como una de las mejores fibras del mercado actual, debido a su resistencia y al ser un bioplástico. Por otro lado, la pulpa, que tiene 75% de materia orgánica es considerada una buena opción para diferentes plantaciones. Finalmente, de los rolos se recuperan de 10 a 12 litros de agua, la cual tiene minerales en su interior y un alto porcentaje de potasio.

“Esta agua que recuperamos funciona como un fertilizante natural. Asimismo, la pulpa la vendemos a otros agricultores, por ejemplo para el cultivo de lechuga, ya que se incorpora fácilmente en esta plantación”, señala el fundador.

A nivel económico, los agricultores hoy en día ofrecen los desechos de manera gratuita, pero con el tiempo se espera que

se pague por cada rolo. **“De esta manera el platanero se va beneficiar al vender los plátanos, y además podrá tener un ingreso extra al final del año”**, enfatiza.

Al transformar lo que antes se consideraba desecho en un recurso valioso, estamos dando un paso crucial hacia una agricultura más verde y responsable. Este cambio de paradigma no solo beneficia al medio ambiente, sino que también fortalece la economía agrícola y promueve una mayor resiliencia ante los desafíos del cambio climático. La revolución verde de la platanera está en marcha, y sus frutos, tanto literales como figurativos, están comenzando a florecer.

“Nada es residuo, lo que hay que buscarle es una salida. La dificultad no está en sacar un producto, sino en encontrar para qué sirve”, finaliza el CEO.



BENEFICIOS DE LA PLANTA DE PLÁTANO PARA LA AGRICULTURA

- **Mejora la calidad del suelo:** los residuos de la platanera pueden convertirse en un excelente abono orgánico, mejorando la estructura del suelo, su capacidad de retención de agua y su fertilidad.
- **Promoción de la biodiversidad:** la incorporación de materia orgánica en el suelo fomenta la actividad microbiana y la biodiversidad del suelo, elementos esenciales para un ecosistema agrícola saludable.
- **Abonos orgánicos de alta calidad:** los restos compostados se transforman en un abono orgánico rico en nutrientes, reduciendo la dependencia de fertilizantes químicos y mejorando la salud general de las plantas.
- **Sostenibilidad agrícola:** fomenta una agricultura más sostenible, permitiendo a los agricultores mantener la productividad de sus tierras a largo plazo sin degradar el medio ambiente.





UN LLAMADO URGENTE PARA SALVAR A LOS PULMONES DEL MUNDO

Los árboles enfrentan una serie de desafíos que amenazan su población mundial, destacando la urgente necesidad de concientizar sobre su protección.

Escrito por: Leonardo Rodriguez

Además de sus fines estéticos, los árboles ofrecen una amplia serie de beneficios, desde la reducción de la contaminación hasta el fomento del bienestar social, resaltando así su papel crucial en el entorno urbano.

Sin embargo, los árboles enfrentan desafíos que amenazan su salud y supervivencia. Según el informe

Estado de los árboles en el mundo de Botanic Gardens Conservation International, podría desaparecer hasta la mitad de las especies de árboles en todo el mundo debido a diversas amenazas, lo que subraya la gravedad de la crisis que enfrentan.

Ante este contexto, nos adentraremos en la relevancia de los árboles en entornos urbanos, así como en los obstáculos que enfrentan y las posibles soluciones para su conservación.

Importancia ecológica y social

De acuerdo a un estudio de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), los árboles urbanos son cruciales para mitigar el cambio climático al absorber hasta 150 kg de CO₂ al año y liberar oxígeno, mejorando así la calidad del aire. A diferencia de las costosas tecnologías de captura de carbono, los árboles ofrecen una solución natural, sostenible y económica para reducir el CO₂ atmosférico.

Además, estos gigantes verdes ayudan a reducir la temperatura en las ciudades. Un estudio del Instituto de Ciencias Atmosféricas y del Clima, en Suiza, revela que los árboles pueden reducir la temperatura del suelo hasta 12°C en

verano. El estudio demostró también que las áreas urbanas con árboles tienen temperaturas del suelo dos a cuatro veces más bajas que las áreas sin árboles, destacando su efectividad para mitigar el calentamiento global.

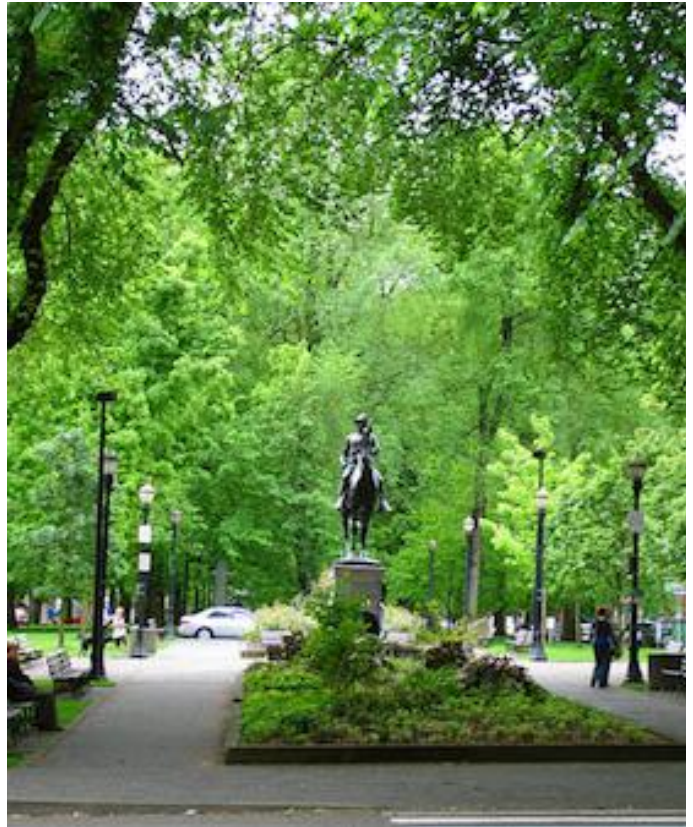
Desde un punto de vista social, también tienen un impacto positivo en la salud emocional de las personas. La Dra. Fátima Ponce, psicóloga urbana, menciona que **“las áreas verdes no solo rompen con la monotonía urbana, sino que también promueven la actividad física y reducen el estrés, la ansiedad y la depresión. Además, está demostrado que estos espacios naturales mejoran la concentración y la productividad”**.



Desafíos en las urbes

El incremento del crecimiento urbano representa un desafío importante en la conservación de los árboles. **“Los espacios naturales están siendo impactados por la expansión continua de las ciudades y el desplazamiento de la población desde áreas rurales, lo que genera una creciente demanda de recursos urbanos y la necesidad de aumentar la infraestructura”**, sustenta Julián Herrera, gestor de proyectos en la fundación Red de Árboles.

La expansión de las ciudades, además de disminuir el espacio disponible para áreas verdes, aumenta la exposición a la contaminación del aire y del suelo debido a las actividades vehiculares e industriales. Según la OMS, esto representa un riesgo significativo para los árboles urbanos al dañar directamente sus hojas y debilitar sus sistemas de raíces, aumentando su vulnerabilidad a enfermedades y plagas.



Otro desafío que enfrentan los árboles, según el artículo *Climate change increases global risk to urban forests*, publicado en Springer Nature, es el cambio climático ya que ha incrementado la vulnerabilidad de los árboles urbanos con extremas olas de calor y sequías. El estudio demostró que más del 50% de las especies arbóreas en 164 ciudades están fuera de su rango óptimo de temperaturas y humedad.

Conciencia ambiental

Para abordar los desafíos que enfrentan los árboles en entornos urbanos, se requiere una acción de concientización. Informar y promover iniciativas educativas sobre la importancia de estos recursos naturales contribuye a generar una mayor sensibilización en la comunidad.



“La educación ambiental es clave y debe centrarse especialmente en la población infantil, quienes liderarán la sociedad en el futuro. Además, las alianzas entre municipios, asociaciones y el sector privado son esenciales para implementar estrategias efectivas de reforestación urbana”, sugiere Herrera, también ingeniero ambiental.

Gracias a la concientización, se pueden implementar acciones como programas de

voluntariado y educación ambiental, que promueven la plantación y el cuidado de árboles urbanos. Estas iniciativas fortalecen la salud de los árboles y crean espacios más sostenibles y resilientes.

Es así que los árboles se convierten en importantes tesoros de protección, y solo a través de un esfuerzo conjunto, entre gobierno y sociedad, se puede asegurar un entorno en el que la humanidad disfrute de una buena calidad de vida en las urbes.

Cifras a considerar

- De las 58,497 especies de árboles en todo el mundo, se han identificado 17,510 especies en peligro de extinción (BGCI).
- Actualmente, el 64% de todas las especies de árboles se encuentran protegidas en al menos un área protegida (BGCI).
- En las ciudades, se requiere un árbol por cada tres habitantes y un mínimo de entre 10 y 15 metros cuadrados de área verde por persona (OMS).



DIGITAL X: DATA Y TECNOLOGÍA CAUTIVAR A LA AUDIENCIA

Los creadores del primer museo 100% virtual llegan con inteligencia artificial, realidad virtual y un verdadero mix creativo.

Escrito por: Estefani Rodriguez

Dicen que, para llegar a la cima, hay que transitar por un camino sinuoso y no siempre fácil, pero una vez allí, el hombre por naturaleza siempre buscará más. Esta historia la conoce de cerca Licuadora Group, una agencia integral de contenidos, que con casi 28 años de experiencia se ha mantenido en constante cambio e innovación, y hoy sigue evolucionando para presentar Digital X, una división de su corporativo dedicada al marketing digital.

Mezclar pasión, creatividad y estrategia es la fórmula que le ha permitido al equipo de Licuadora crear una conexión infalible con sus clientes, pues desde sus inicios, la agencia mexicana se especializó en experiencias BTL, campañas y *branding*. Sin embargo, desde hace casi una década se subió a la vorágine digital para crear soluciones e ideas disruptivas que atendieran a esta creciente demanda.



LOGÍA PARA

nd aumentada y más ingredientes para preparar



“Esta división de negocio nace desde 2017, pero evoluciona ahora en Digital X para ofrecer un servicio más especializado a nuestros clientes, enfocándonos en el mundo de plataformas digitales, redes sociales, *influencers*, data y todo lo relacionado al marketing digital”, comenta Vico Ruiz, VP Creativo de Licuadora Group.

Como en todo lanzamiento de marca, lograr una identidad visual es de suma importancia. “El elemento X en nuestro nombre es esa variable que pone a la creatividad en el centro de la estrategia. Por el lado de la identidad visual, queríamos algo que fuera bastante fresco y sencillo, pero que tuviera personalidad propia. Al conceptualizar la identidad gráfica nos pareció muy atractivo utilizar un amarillo radiante con negro y rojo pastel, que nos da un estilo de nativo digital y de tendencia”, señala Vico, refiriéndose al nuevo logo y diseño de la página web.



Vico Ruiz, VP Creativo de Licuadora Group

Un punto a destacar de Digital X es su enfoque en la experiencia de usuario (UX), una herramienta que ha cobrado una importancia crucial en las estrategias de marketing digital contemporáneas. “Esto nos permite focalizar cuál va a ser el objetivo de cada pieza y de cada medio. Hoy en día, al haber tantas redes, *influencers* y opciones digitales, podemos sobresaturar a los usuarios y entendemos que a nadie le gusta ver publicidad per se. El reto está en ofrecer una propuesta de valor”, menciona.

Tecnología y creatividad: el mejor mix

La creatividad es el componente esencial que puede marcar la diferencia entre el éxito y el olvido. Las empresas que logran captar la atención del público y mantenerla, son aquellas que se atreven a innovar, a contar historias únicas y a desafiar las normas establecidas.

Para despertar la creatividad, el equipo de Licuadora Group se enfunda en películas, series, libros y hasta cómics en busca de inspiración; ya que este tipo de producciones son el reflejo de cómo se mueve la sociedad actual.

Por ello, Hugo Avanez, líder de estrategia y creatividad digital en Licuadora, afirma que **“el reto es humanizar a las marcas al momento de crear estrategias digitales para saber a quién vamos hablarle, qué tipo de comunicación realizar en redes sociales, si lo vamos a llevar a la parte física o virtual. Se tiene que conocer al cliente final para ver lo que realmente necesitan las marcas”**.



Aunque la creatividad es fundamental, Licuadora no deja nada al azar. Sus estrategias están respaldadas por un análisis exhaustivo de datos y acompañadas de tecnología. Utilizando herramientas avanzadas de inteligencia artificial (IA) y realidad aumentada (RA), la agencia asegura que cada acción esté dirigida a alcanzar los objetivos específicos de sus clientes. Esta combinación de arte y ciencia es lo que le permite ofrecer resultados medibles y sostenibles.

“Una manera en que utilizamos la IA es para agilizar los tiempos de ejecución de muchos procesos, ya sea para la generación de algún tipo de copy, de alguna idea preliminar para un pitcheo, o para procesar data”, explica Avanez.



Asimismo, la realidad aumentada está permitiendo ofrecer experiencias interactivas y envolventes que capturan la atención de los consumidores. **“A parte que usamos Chat GPT para la parte creativa, también usamos otras tecnologías mucho más a nivel de experiencia del usuario, es decir, herramientas vinculadas con realidad aumentada o realidad mixta. Combinando diferentes tipos de tecnología creemos que se puede generar un equilibrio entre lo físico y lo virtual, que es lo que nos va a llevar más lejos”**, asegura el VP creativo.

A propósito del mes del Pride, y como ejemplo de la tecnología que usa la agencia, cabe mencionar que Licuadora lideró un proyecto muy interesante al crear un museo 100% virtual para la comunidad LGTBQ. El proyecto nació durante la pandemia cuando evidentemente las personas no podían salir de casa, por ese motivo el grupo creativo se cuestionó la idea de cómo lograr un impacto social sumando creatividad con innovación.

“En la pandemia lanzamos este museo cuando todos hablaban del tema de la marcha y no podían salir a la calle.

Entonces creamos esta iniciativa para que las personas tal vez no marcharan, pero si caminaran de forma virtual y pudieran navegar en nuestro espacio donde había mucho contenido como historia, mensajes, pláticas y mesas redondas para tocar el tema”, cuenta Ruiz.

Es así que el proyecto se convierte en el primer museo 100% digital, creándose únicamente desde la virtualidad, lo que llevó a la agencia a obtener premios debido al carácter innovador que ofrece. Al respecto, Avanez refiere: **“Sabemos que el alcance digital es muy grande y que podemos llegar a muchísimas personas. Actualmente el proyecto se llevará a espacios físicos donde también estaremos utilizando tecnología”**.

Producir anuncios con el único objetivo de vender un producto u ofrecer un servicio ha quedado en el pasado. En plena era digital, donde los consumidores están constantemente bombardeados por un torrente incesante de contenido, la creatividad y la innovación se han convertido en la cereza del pastel de la publicidad y marketing actual, donde humanizar a las marcas va ser clave para crear estrategias sólidas y rentables.



Ficha técnica Licuadora Group
Fundada en 1997

Giro
Agencia de publicidad y marketing

Especialidad
Estrategias digitales, eventos experienciales, creatividad, deportes, contenido y producción audiovisual.

Contacto
Arnoldo Urquídes
Director de Marketing y Nuevos Negocios
arnoldo@licuadoragroup.com
+52 55 6801 6853 / 55 5532 9978
digital-x.com.mx / licuadoragroup.com

Durante el FIP Festival Awards 2023 en Argentina, Licuadora Group se alzó como la mejor agencia mexicana del año, con 5 oros, 2 platas y 6 bronce.



Estrategias integrales para un buen planner

- **Medición:** si no se puede medir, no se puede mejorar. Lo importante es que la estrategia sea medible, o por lo menos casi todos los procesos.
- **Gestión:** tomar los resultados de las mediciones para convertirlos en acciones, pues no sirve de nada tener información valiosa sino se va aprovechar. Hay que hacer que la data sea útil.
- **Actualización:** estar pendiente de lo que está pasando en el mundo digital y en las redes sociales. Saber cómo funcionan los algoritmos y estar pendientes de las tendencias. Solo así se puede ayudar a la marca a poder generar un mejor resultado, con menos recursos.



Lucero Pulido, líder de planeación y estrategia de Licuadora Group



Giuliana García, productora ejecutiva; y Juan Carlo García, Manzanón, director de Manzanón Films.

HISTORIAS PARA CREAR CONEXIONES DURADERAS

Las audiencias modernas buscan contenido que resuene con sus emociones y experiencias que trascienden la promoción.

Escrito por: Esperanza Aguilera

Los contenidos digitales luchan constantemente por captar la fugaz atención del usuario mientras que el marketing se enfrenta al reto crucial de crear anuncios que no solo sean atractivos, sino que también logren irrumpir en un panorama plagado de intrusiones.

Las audiencias modernas se han vuelto cada vez más exigentes y selectivas debido al constante bombardeo de mensajes publicitarios. Esta sobreexposición ha llevado a los espectadores a desarrollar una

resistencia natural que reduce su capacidad de atención a tan solo unos pocos segundos.

En 2022, un estudio realizado por Wistia, la plataforma de creación de marketing visual, reveló que se cuenta con apenas 10 segundos para captar la atención de la audiencia en un video. Pasados 30 segundos, se pierde al 33% de los espectadores y después de un minuto, casi el 45% ya ha dejado de mirar.

Ante este panorama, el marketing visual debe reinventarse para destacar y conectar de manera efectiva. La clave,

según Manzanón Films, reside en crear experiencias que sean no solo atractivas, sino también memorables y valiosas para el usuario, enfocándose en narrativas publicitarias que trascienden la promoción.

“La finalidad detrás de cada campaña es vender, pero la cuestión está en hacerlo con una narrativa interesante, conectar con las personas a nivel emocional. Las historias tienen el poder de hacer sentir identificada a la audiencia y generar una conexión duradera con la marca”, explica Giuliana García, productora ejecutiva de Manzanón Films.

Este enfoque no solo garantiza la calidad visual, sino también una conexión más profunda y humana con la audiencia: **“Tratamos siempre de contar una historia, así sea en un comercial de muy poco tiempo, pero siempre de manera muy orgánica [...] exploramos distintos ángulos, y partimos de lo que nos fascina: el cine”**, menciona Juan Carlo García, Manzanón, director de Manzanón Films.



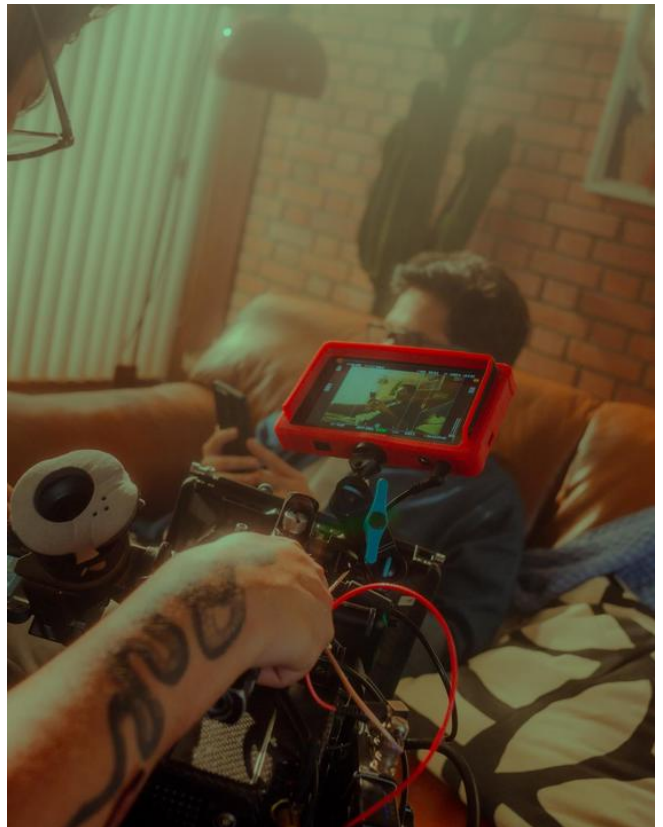
El equipo enfatiza, además, la importancia de una narrativa concisa y efectiva. Esto se traduce en una constante búsqueda de elementos visuales y narrativos que capten la atención desde el primer segundo, **“como una locación impactante, una iluminación interesante o personajes que atrapan con su actuación”**, explica Manzanón.



Para ellos, algunos elementos clave para lograr crear campañas de marketing que conecten con el público son:

- **Imágenes potentes:** en un panorama plagado de publicidad, el primer plano de una campaña debe captar la atención del espectador de inmediato. Una imagen hermosa, un personaje intrigante o una escena sorprendente pueden ser el punto de partida para una historia memorable.
- **Narrativa convincente:** la historia que se cuenta a través de las imágenes debe ser clara, concisa y conectar con las emociones del público.
- **Autenticidad:** el público actual busca contenido auténtico y genuino. Las marcas que logran conectar con sus consumidores a través de historias reales y personajes creíbles tienen más probabilidades de éxito.

Asimismo, Giuliana y Manzanón reconocen que el consumo de contenido ha cambiado radicalmente en los últimos años. Las personas ya no dedican largos periodos de tiempo a ver anuncios tradicionales.



"Las redes nos han vuelto muy visuales, especialmente para un público joven que demanda contenido atractivo", menciona la productora. Esta exigencia ha llevado a una evolución en la forma en que se presenta la publicidad en estos espacios, donde "la clave está en generar contenido que se sienta más orgánico y menos rechazado por la audiencia", agrega el director.



"Los influencers y la gente que hace contenido son las nuevas ventanas o medios de comunicación. Nosotros como productores creativos debemos adaptarnos a estas nuevas tendencias. Nos exige mantenernos en constante actualización y entender las nuevas formas de crear publicidad", finaliza García.

MARKETING & ADVERTISMENT

**Lobe
Mark**

**CREATIVIDAD
E IDEAS**

lobemark.com



DISEÑO INDUSTRIAL: LA FUERZA INVISIBLE QUE MOLDEA NUESTRA VIDA COTIDIANA

Más allá de la forma y la función, el diseño industrial busca mejorar la calidad de vida de las personas, creando objetos que conecten con el usuario.



Portada Diseño y Producción de Stand Energiamas

Escrito por: Esperanza Aguilera

Desde los muebles de una oficina hasta los dispositivos electrónicos, cada objeto que utilizamos ha sido cuidadosamente diseñado para mejorar nuestra vida. Sin embargo, en la mayoría de los casos, este diseño pasa desapercibido. No nos damos cuenta del trabajo minucioso que hay detrás de la forma y la función de cada producto.

En nuestro día a día, el diseño industrial es una presencia constante y fundamental. El arte de diseñar desempeña un papel crucial en la optimización de nuestras rutinas diarias. Los diseñadores industriales buscan mejorar la calidad de vida de las personas creando objetos que sean funcionales, estéticos y ergonómicos.

Un ejemplo simple, pero cotidiano, lo podemos encontrar en una taza de café. Su forma, el tamaño del asa, el grosor de las paredes y el material del que está hecha, todos estos elementos han sido cuidadosamente planeados para que la taza sea cómoda de sostener, mantenga el café caliente y sea fácil de limpiar.

Uno de los principales retos del diseño industrial es hacer que los objetos sean, además de funcionales, intuitivos y fáciles de usar. Los diseñadores industriales estudian cómo interactuamos con los productos para garantizar que cada elemento sea cómodo y eficiente.

En 1950, Dieter Rams, un referente del diseño industrial, creó de la mano de la empresa Braun la primera máquina para afeitarse eléctrica comercialmente exitosa. Aunque las primeras patentes de este invento se remontan a finales del siglo XIX, fue Rams el que cambió la vida de miles de personas, al brindar una forma más segura y rápida de afeitarse con un diseño innovador que sigue predominando hasta nuestros días.



Diseño de botella Tequila Papantla, Marco Barba



Xavier Majoral, cofundador de Stimulo

Es así que el diseño industrial se integra a la vida cotidiana de forma natural, sin que nos demos cuenta de su presencia: "abarca todos los aspectos de la vida diaria [...] sin embargo, yo creo que tiene que pasar un poco desapercibido. Un buen diseño no tiene que tener más protagonismo que la función que haga el objeto o la necesidad de encajar en un entorno", afirma Xavier Majoral, cofundador de Stimulo.

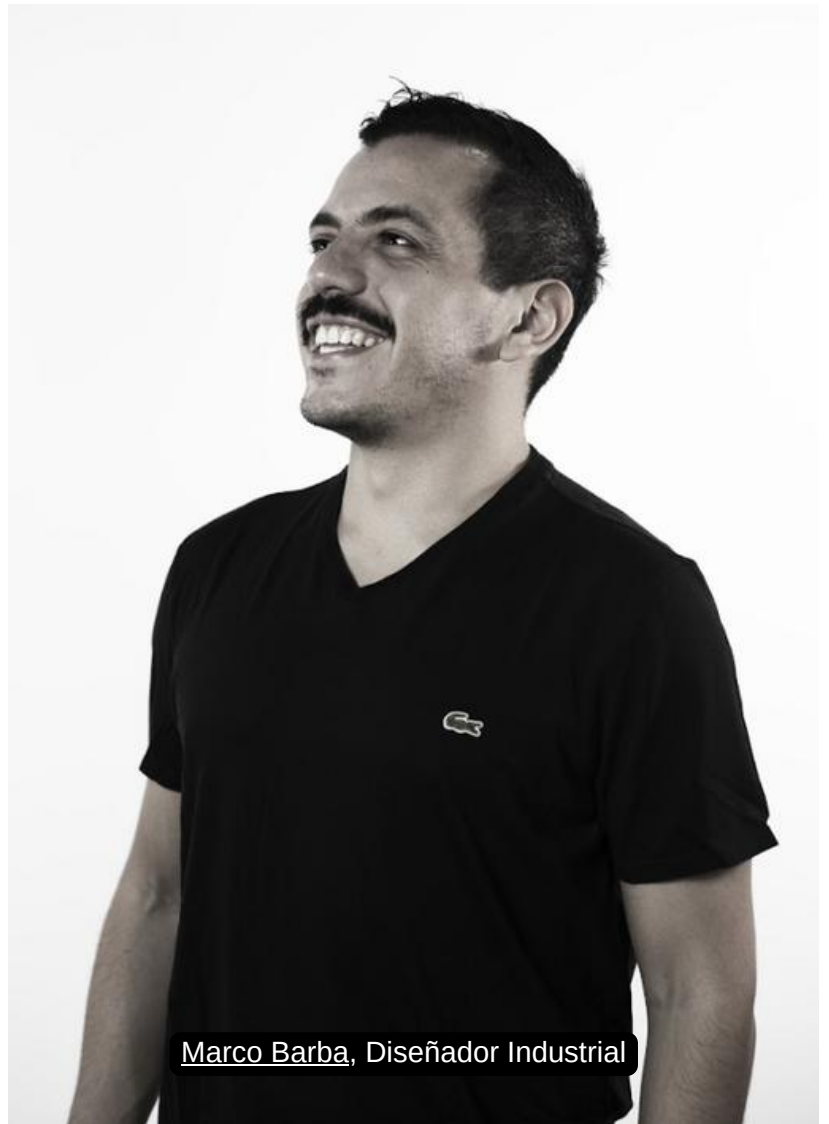
Además, para el diseñador industrial Marco Barba, diseñar no solo se limita a la funcionalidad y la estética, sino que también busca crear una conexión emocional: **“cuando diseñamos pensamos en cómo el producto va a convivir con las personas. En cómo este conecta con el usuario. Es decir, no solamente cómo es usable el producto, sino cómo cómo interactúas con él y cómo conecta desde que lo vemos”**, comenta.

La esencia de esta profesión reside en la creación de objetos que trascienden su funcionalidad, transformándose en experiencias que suscitan emociones positivas en las personas. Los diseñadores industriales utilizan su creatividad e ingenio para crear productos que sean a la vez estéticos, ergonómicos y emocionales.

“En el diseño industrial la ergonomía abarca muchas cosas. Más allá de la necesidad de que se adapte a la fisionomía del cuerpo, la ergonomía es pensar en que sea cómodo socialmente y visualmente, al tacto y cuando lo usas. Se trata de acomodar el producto en varios aspectos”, comparte Barba.

No obstante, uno de los grandes retos es poder responder a las distintas necesidades sociales. Esto implica diseñar productos que no solo sean útiles para la mayoría de las personas, sino también accesibles para aquellos con capacidades distintas.

Asimismo, en una época donde la preocupación por el medio ambiente es creciente, los diseñadores trabajan para crear productos que sean duraderos y reciclables. La elección de materiales y los procesos de fabricación son aspectos cuidadosamente considerados para reducir el impacto ambiental.



Marco Barba, Diseñador Industrial

“Cada vez más el diseño va a incorporar todas las realidades de la sociedad, una sociedad que es súper cambiante, por lo tanto el diseño tiene que acercar esta realidad a los fabricantes. [Los diseñadores industriales] actuaremos un poco como traductores de las necesidades del mercado”, asegura Xavier Majoral.

El diseño industrial es una fuerza invisible pero poderosa que mejora significativamente nuestras vidas. Aunque rara vez lo notemos, cada detalle de los objetos que nos rodean ha sido meticulosamente planificado en la configuración de la estética y funcionalidad de nuestro entorno.

A large, detailed image of the Moon's surface, showing numerous craters and dark lunar maria. A satellite with solar panels is in orbit around the Moon. The background is black space.

LOS GRANDES ACONTECIMIENTOS

EN

SeñorNoticia

WWW.SENORNOTICIA.COM

HOTELES VERDES: UN REFUGIO PARA EL PLANETA Y LA SOCIEDAD



Desde la reducción de la huella de carbono hasta el apoyo a las comunidades locales, los hoteles sustentables ofrecen una experiencia única.

Escrito por: Estefani Rodriguez

A

A medida que los turistas se vuelven más conscientes de la urgencia de proteger el medio ambiente, la industria hotelera está experimentando

una transformación notable hacia la sostenibilidad. Es así, que los hoteles verdes no solo representan un compromiso con la reducción de la huella ecológica, sino que también ofrecen una serie de beneficios que abarcan la mejora del bienestar social y económico de las comunidades locales.



Lorenzo Graciano, director general región México & Cuba de Minor Hotels

Los hoteles sustentables están diseñados y operados de manera que minimizan su impacto ambiental. Esto se logra a través de diversas prácticas, como el uso de energía renovable, la implementación de sistemas de gestión de agua eficientes, la reducción de residuos y la utilización de materiales ecológicos en la construcción y el mantenimiento. La importancia de estos hoteles radica en su capacidad para:

- **Reducir las emisiones de carbono:** la industria turística es responsable de una parte significativa de las emisiones globales de carbono. Los hoteles sustentables, al optar por fuentes de energía renovable y mejorar la eficiencia energética, contribuyen a la disminución de estas emisiones, mitigando así el cambio climático.
- **Conservación de recursos naturales:** la gestión eficiente del agua y la reducción de residuos son cruciales en la operación de un hotel sustentable. Estos hoteles adoptan tecnologías como sistemas de recolección de agua de lluvia y reciclaje de aguas grises, y promueven la reutilización y el reciclaje de materiales, lo que ayuda a conservar los recursos naturales.
- **Protección de la biodiversidad:** muchos hoteles sustentables se encuentran en áreas naturales sensibles. Implementar prácticas sostenibles ayuda a proteger la flora y fauna locales, evitando la degradación de los ecosistemas y promoviendo la biodiversidad.



Además de los beneficios ambientales, los hoteles verdes generan un impacto positivo significativo en la sociedad: promueven el desarrollo económico local, ya que priorizan la contratación de personal del lugar y la compra de productos de proveedores locales; mejoran la calidad de vida, pues la implementación de prácticas sostenibles puede reducir la contaminación y mejorar la gestión adecuada de residuos; por último, fomentan la educación y conciencia ambiental, puesto que al proporcionar información sobre sus prácticas ecológicas pueden alentar a los visitantes a participar en actividades verdes.

En base a este concepto, varios hoteles alrededor del mundo están liderando el camino hacia la sostenibilidad. Un ejemplo destacado es el grupo Minor Hotels en México, que ha sido reconocido por sus prácticas de conservación y su compromiso con el planeta.

“Nuestra estrategia ambiental se canaliza a través de UP FOR Planet, donde se define la hoja de ruta para avanzar hacia la descarbonización, la gestión eficiente y el consumo responsable y circular. Para conseguirlo, nos apoyamos en tres líneas de trabajo: la primera es infraestructura y edificios sostenibles; la segunda es procesos, estándares operacionales; y la tercera es compras sostenibles”, comenta Carla Amado, PMO América.

En este contexto , Minor Hotels recibió la certificación Green Key para 13 de sus hoteles en México, la cual busca la ejecución de normas que garanticen la promoción del desarrollo de una sociedad sustentable.

Cabe señalar que el distintivo Green Key es un reconocimiento internacional otorgado a establecimientos turísticos que cumplen con altos estándares de sustentabilidad y responsabilidad ambiental. Esta certificación ha sido otorgada a más de 5,000 establecimientos en más de 60 países, lo que la convierte en uno de los distintivos de turismo sostenible más importantes a nivel internacional.



Al elegir hospedarse en hoteles sustentables, los viajeros pueden apoyar estas iniciativas y convertirse en parte de un movimiento global hacia un futuro verde y equitativo. Más que una tendencia, la sustentabilidad en la industria hotelera es una necesidad imperiosa para garantizar un planeta saludable.



“Estamos comprometidos a liderar el camino hacia un turismo más responsable y sostenible y a seguir innovando en prácticas y políticas que beneficien tanto a nuestros huéspedes como al medio ambiente. Creemos firmemente que la sustentabilidad no es solo un deber, sino también una oportunidad para crear un mundo mejor para las generaciones futuras”, finaliza Lorenzo Graciano, director general región México & Cuba de Minor Hotels.



Hoteles en México que recibieron el certificado Green Key

- NH Collection México City Santa Fe
- NH Collection México City Centro Histórico
- NH Collection México City Reforma
- NH Collection México City Airport T2
- NH México City Valle Dorado
- Hilton Aeropuerto Ciudad de México
- NH Puebla Centro Histórico
- NH Querétaro
- NH San Luis Potosí
- Avani Cancún Airport NH Collection
- Monterrey San Pedro
- NH Monterrey La Fe
- NH Collection Guadalajara Providencia
- NH Collection Mérida Paseo Montejo



“ZONA DE INDIFERENCIA” OBRAS LIBRES DE EXPECTATIVAS Y JUICIOS

La obra de Mario Palacios Kaim estará abierta al público hasta el 31 de agosto, en el Museo de la Ciudad de México.

Escrito por: Esperanza Aguilera

Con frecuencia, el arte contemporáneo se ve atrapado en la necesidad de buscar conceptos y explicaciones complejas. Pero el arte nace de la observación atenta del mundo

que nos rodea, de la reinterpretación de lo ordinario y de la búsqueda incesante de nuevas formas de expresión. Cada momento, cada objeto y cada interacción tiene el potencial de convertirse en una expresión artística.

Es esta esencia la que Mario Palacios Kaim captura en su exposición Zona de indiferencia, una invitación a desprendernos de las nociones preconcebidas sobre la estética y la belleza para adentrarnos en una apreciación más sencilla y única del arte.

Para Palacios Kaim, la apreciación va más allá de las convencionalidades. Esta filosofía se refleja en su exposición, donde utiliza materiales industriales de diseño, como placas de acero que encontró en una empresa de blindajes en 2015 y que ha estado trabajando desde entonces. Fue hasta principios de 2020 que el artista reunió la primera serie de las 21 piezas que conforman Zona de indiferencia.

Sus obras son indiferentes a las concepciones del crítico de arte. Son **"ellas mismas"** y se presentan como entidades libres de las expectativas y juicios externos. Esta libertad inherente desafía la idea de que el arte debe ajustarse a ciertas normas o interpretaciones. En lugar de eso, las obras existen en un espacio propio, donde el espectador es libre de interactuar con ellas y encontrar su propio significado, sin restricciones impuestas desde afuera.



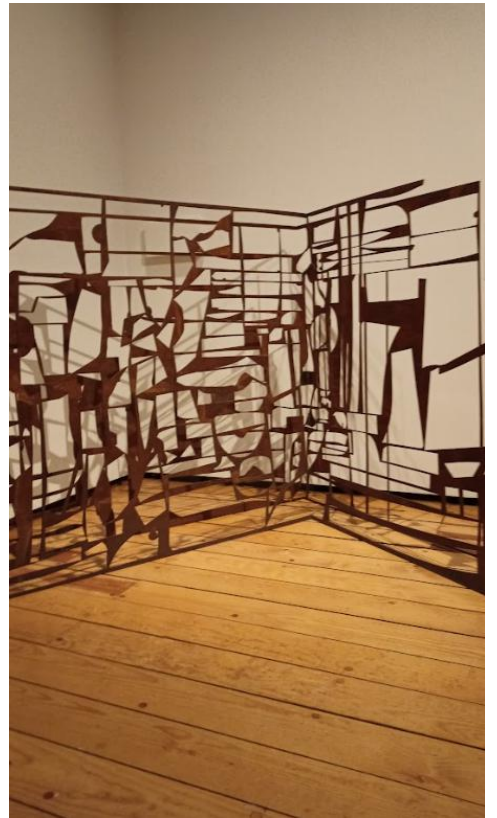
Mario Palacios Kaim
(Ciudad de México, 1953)

Mario Palacios Kaim nace en la Ciudad de México en 1953. Se dedica a las artes visuales desde 1970, utilizando técnicas pictóricas, dibujo y gráfica, incorporando posteriormente la instalación.



Irving Domínguez
(Ciudad de México, 1976)

Es curador de arte contemporáneo. Desde el 2005 ha realizado guiones curatoriales y guiones museográficos para museos y salas de exposiciones en varios estados de la República Mexicana, todos ellos pertenecientes a la infraestructura pública.



“El arte va más allá de lo que dicen los especialistas. Si leemos un libro de arte aprendemos mucho [...] pero ese texto nos va a estar hablando de algo muerto. Nosotros, frente al arte, tenemos que estar vivos. Lo que importa es el contacto directo, acercarnos al arte”, expresa el artista.

Además, a través de la técnica de solarización y la decoloración natural, Palacios Kaim nos invita a observar cómo el tiempo y los elementos transforman objetos ordinarios en piezas extraordinarias, o “cosas” como él las llama. La exposición no solo nos lleva a descubrir la belleza en lo inesperado y transitorio, sino que también cuestiona profundamente la noción de autoría en el arte.

“Para mí es interesante el término de la autoría; está completamente relativizado. [En estas obras], yo he sido el intermediario entre la energía solar, una tela y basura, pero fueron surgiendo sin que exista toda una inspiración. Debemos tratar de ver las cosas más como son, más directas y sencillas. Mis obras nacen de la coincidencia, pero son hijas de la obediencia, no de la libertad”, señala.

Con ello, replantea la idea de que el artista es el único creador de su obra. Las piezas se presentan como colaboraciones con el tiempo y la naturaleza, sugiriendo que la autoría es compartida y relativa, y que el verdadero valor del arte reside en su capacidad para trascender las intenciones del creador y resonar de manera única con cada espectador.



Mario Palacios Kaim

Para él, el arte no es un objeto estático, sino un proceso dinámico que se transforma y cobra nuevas vidas con el paso del tiempo: **“Los accidentes son parte de mi obra. No se trata de una reproducción fiel, sino de una impronta que incluye lo que sucede durante el tiempo”,** explica.

Si bien lo complejo y lo elaborado a menudo se valoran más, Palacios Kaim nos muestra la belleza de lo simple y lo auténtico. Su trabajo con materiales de diseño y técnicas naturales nos recuerda que el verdadero arte puede encontrarse en lo cotidiano y en lo que normalmente desechamos. Al apreciar estas obras, somos invitados a adoptar una perspectiva más sencilla y directa, redescubriendo la pureza del arte en su forma más esencial.

LA BELLEZA OCULTA DE LOS DESECHOS

El arte sostenible de Miquel Aparici

Escrito por: Esperanza Aguilera

Sus esculturas fusionan arte y conciencia ambiental, revelando la belleza olvidada en lo que descartamos.



Entre el interés por la biología, el arte y la arqueología, Miquel Aparici ha encontrado una de sus mayores pasiones. Con una visión única, Aparici transforma metales, maderas usadas y otros residuos en esculturas, dando vida a una amplia gama de criaturas, desde insectos hasta grandes mamíferos.

Aunque de pequeño siempre se sintió atraído por el dibujo, no fue hasta los 35 años que comenzó a crear arte: **“Vengo del mundo del diseño gráfico, siempre he estado rodeado de dibujantes, pero me parecía que no podía hacerlo yo”**.



Fue en un viaje que Aparici descubrió en el dibujo una manera de atrapar la belleza de la naturaleza y de los animales. **“Descubrí unas lagartijas que son endémicas de la isla Formentera, en el mar mediterráneo, y pensé ‘son preciosas’ y comencé a dibujarlas mientras tomaba un café; utilizando solo una cuchara y mi café para pintar. Cuando llegué a mi casa, comencé a dibujar más y más, en un mes hice como 500 dibujos”**, relata.

La semilla artística creció rápidamente dentro de él y al poco tiempo de dibujar comenzó a dar volumen a sus creaciones. A partir de técnicas de ensamblaje empezó a hacer esculturas con materiales reciclados.



“En algún momento se me ocurrió trabajar con alambre los mismo dibujos que hacía con café [...] y ahí descubrí el volumen y me fascinó. Trabajar con tres dimensiones me hacía pensar y esforzarme más, de ahí seguí a unir el alambre con madera y objetos metálicos. Incluso tuve que aprender a soldar”, comenta el escultor.

Cabe señalar que Aparici encontró gran influencia en figuras como Pablo Picasso y Eduardo Chillida. Cuando tenía 9 años vio por primera vez una obra del pintor y

escultor español, Picasso, la cual era una cabeza de toro creada solo con un manubrio y un asiento de bicicleta. **“Eso me explotó en la cabeza, porque para mí el arte hasta entonces eran las pinturas y esculturas clásicas”,** recuerda.

Hoy, sus obras, que van desde pequeños peces e insectos hasta un enorme gorila, buscan capturar la esencia de la naturaleza a la vez que demuestran que los desechos pueden ser más que solo eso. Su arte busca impulsar la apreciación de lo que otros consideran insignificante y descartable.

“A mí me fastidiaba mucho que la gente usara y tirara las cosas de forma tan compulsiva. Y yo veía muchas de esas cosas que para mí eran bonitas. Me gusta enseñar la belleza oculta de las cosas”, explica.

“Me gusta que mis esculturas tengan vida, que la gente sienta una conexión con ellas. Cuando consigo eso, cuando alguien quiere poner una de mis esculturas en la entrada de su casa, siento que he logrado mi objetivo”.



Aparici ha encontrado en el arte una poderosa herramienta para conectar con la gente, no solo dando una segunda vida a los objetos, sino mostrando que el arte puede ser un vehículo eficaz para sensibilizar a las personas y concientizar sobre los problemas ambientales.

Con su obra, Miquel Aparici nos invita a reflexionar sobre la importancia de valorar y preservar nuestro entorno natural, mientras nos inspira a encontrar belleza en lo que otros descartan. Sin más, su arte es un faro de creatividad y conciencia.

Beneficios de una arquitectura biofílica en oficinas

- * La inversión inicial en una oficina verde se amortiza rápidamente, gracias a la eficiencia energética reflejándose en ahorro económico.
- * Mejoran la imagen corporativa y demuestran responsabilidad social, atrayendo a clientes.
- * Motivan a los empleados, aumentando la satisfacción y la productividad.
- * Promueven mejores funciones cognitivas y calidad del sueño, reduciendo significativamente el absentismo laboral.
- * Optimizan la calidad del aire y la ventilación en los espacios interiores.



Elaborado por: Pilar Astupiña





ConStyling.com

Moda | Belleza | Style



MODA ÉTNICA: UN MUNDO DE COLORES Y TRADICIONES

Escrito por: Estefani Rodriguez

Los diseñadores están creando una nueva narrativa en la moda étnica, que es tan emocionante como inclusiva.

E

l concepto de moda étnica no es nuevo; ha existido a lo largo de la his-

toria, pero ha experimentado un resurgimiento en la era moderna debido a un renovado interés en la cultura. Con la creciente conciencia sobre la importancia de la diversidad y la inclusión, este estilo se ha convertido en una poderosa forma de expresión personal y social.

La moda étnica se inspira en las tradiciones y la artesanía de diversas culturas alrededor del mundo. Su objetivo es honrar y celebrar la identidad cultural de diferentes comunidades, resaltando sus valores, creencias y patrimonio histórico a través del diseño de prendas de vestir.

Para muchas personas, usar prendas que reflejan su herencia cultural es una forma de afirmar su identidad y celebrar su origen. Además, al apoyar a diseñadores y artesanos locales, se contribuye al desarrollo económico de las comunidades y se promueve la autonomía cultural.



Meche Correa -
Moda Peruana en
Madrid

Tendencias actuales

Estampados y textiles tradicionales: los estampados étnicos han ganado popularidad en la moda contemporánea. Estos patrones vibrantes y coloridos agregan un toque de exotismo y autenticidad a cualquier atuendo.

Bordados y artesanías: las prendas adornadas con bordados a mano, tejidos a telar o técnicas de tintura tradicionales son altamente valoradas en la moda. Estos detalles artesanales no solo añaden belleza, sino que también cuentan historias y reflejan la habilidad y dedicación de los artesanos.



Lorena Saravia - Mercedes-Benz Fashion Week México



Cinturón TAARACH - Mireya Gómez de la Torre

Fusiones culturales: la moda étnica contemporánea a menudo fusiona elementos de diferentes culturas para crear un estilo único y ecléctico. La combinación de un kimono japonés con jeans occidentales o el uso de accesorios tribales con prendas modernas son ejemplos de esta tendencia.

Accesorios étnicos: además de la ropa, los accesorios étnicos están experimentando un resurgimiento en popularidad. Desde bolsos y joyas hasta zapatos y sombreros, los accesorios inspirados en diferentes culturas están agregando un toque de estilo único a los conjuntos contemporáneos.

Subculturas dentro del ámbito étnico

Existen diversas modalidades estilísticas a las que puedes recurrir al tomar en consideración la herencia cultural que deseas evocar. Optar por un estilo andino, por ejemplo, resulta fascinante al incorporar a tu atuendo una variedad de tejidos naturales, sombreros, ponchos y telas vibrantes; mientras que si te inclinas por un estilo mexicano, no pueden faltar en tu guardarropa las mangas acampanadas, las faldas amplias y una profusión de collares y pendientes para realzar tus conjuntos.

La estética gitana también brinda inspiración para la creación de nuevos conjuntos, donde los estampados de lunares y las delicadas flores para el cabello destacan como elementos distintivos. Un look de influencia persa, con acabados relucientes y accesorios dorados, siempre constituye una elección acertada que se puede combinar con casi



Blusa gitana - Johanna Ortiz



Desfile en Santiago de Huari - Bolivia

cualquier prenda. Por supuesto, el estilo japonés es un clásico que se adapta a una amplia gama de estampados en camisetas, vestidos e incluso prendas de loungewear.

La estética del lejano oeste también puede servir de inspiración para la creación de conjuntos étnicos, donde los flecos, los chalecos y los tonos terrosos se destacan y pueden combinarse de manera ideal con vaqueros y prendas similares. Sin embargo, el estilo étnico por excelencia se encuentra en los conjuntos inspirados en la cultura africana, con tonalidades arena, amarillas y verdes, así como estampados sorprendentemente hermosos.

La moda étnica, hoy en día, está reflejando la identidad cultural de una manera más audaz que nunca. Diseñadores y marcas están creando prendas que celebran las tradiciones, símbolos y colores de diversas culturas, empoderando a las personas para que se conecten con sus raíces y expresen su identidad de manera auténtica a través de la moda.

EL PODER DE LA DENUNCIA PARA DEMOCRATIZAR LA JUSTICIA EN MÉXICO

Por: Sergio González
Director general de ALTO México

En el panorama que vivimos, la construcción de comunidades seguras es uno de los desafíos más grandes en América Latina, y para lograrlo debemos no solo enfocarnos en capacitaciones o planes de protección de activos fijos y en movimiento, sino en fomentar una de las herramientas fundamentales en el ámbito de justicia: la denuncia.

Enfocados en México, sabemos que nuestro contexto muestra un alza de más de 40% en delitos, principalmente los que afectan a tiendas de autoservicio, departamentales y especializadas. De estos, las estadísticas indican que las bandas de farderos son

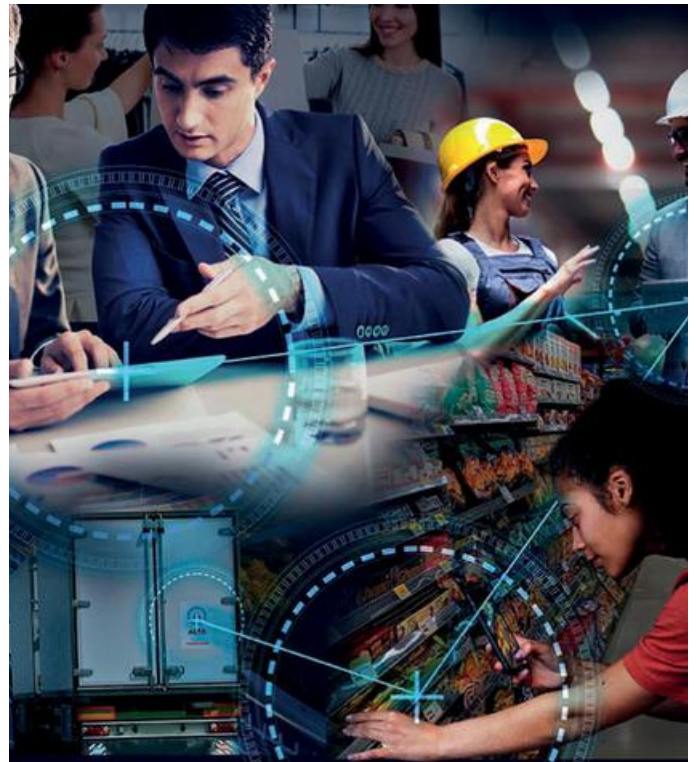


Sergio González, Director general de ALTO México

responsables del 59% de los robos en establecimientos. En este punto, es importante que cambiemos la visión de relevancia de la denuncia, es decir, pasar del “no va a pasar nada” a verla como el primer paso que ayudará a impulsar la aplicación de justicia.

La denuncia es la acción clave que nos distingue frente a la indiferencia. Un gesto que provee, de muchas maneras, de información a las autoridades para que procedan no únicamente para castigar un delito, sino para identificar los diversos modus operandi que los delincuentes utilizan y que esto sirva para implementar un protocolo de prevención.

De manera paralela, se busca la recuperación del activo para que el impacto sea menor, además de obtener resultados que sean disuasivos para la persona que cometió el ilícito, ya sea con una sanción económica o por medio de la privación de la libertad. Desde nuestra experiencia, esto ha contribuido a la disminución de la reincidencia, esto tomando como referencia los sitios en donde se ubica el sello ALTO.



Dentro de nuestra Red, una de las principales acciones que se fomentan es presentar la denuncia de cualquier evento delictivo que se suscite: carteristas, robo de farderos, robo interno, robo en ruta y, en caso de suceder, saqueos y otros incidentes.

Pero ¿cuál ha sido el resultado que se ha tenido hasta ahora? Tenemos muchos logros y muy valiosos, por ejemplo: se ha podido contar con información que ha facilitado identificar un total de 70 bandas de farderos que operan de manera recurrente en entidades como la Ciudad de México, Querétaro, Puebla y Estado de México. Mediante nuestro análisis de procesos ha sido posible detectar los riesgos en los procedimientos operativos por medio de una consultoría orientada a la protección de activos. Así, en colaboración con las autoridades se desarticularon grupos delincuenciales.



Promover la cultura de la denuncia, la cual facilita el acceso a la justicia, aumenta la posibilidad del correcto actuar de las instituciones y fortalece el acceso a una reparación del daño, así como la solución a problemáticas asociadas a la incidencia delictiva. Esto debe ser un trabajo corresponsable entre sociedad, empresas y autoridades para crear comunidades más seguras.

Cuando los miembros de una comunidad se sienten empoderados para informar sobre actividades

ilegales o comportamientos perjudiciales, se establece un ambiente de responsabilidad y rendición de cuentas que disuade a los infractores y promueve el respeto por las normas y leyes establecidas.

Desde nuestra trinchera, seguiremos promoviendo la denuncia como herramienta de justicia, la cual sustenta la creación de diversos programas de trabajo entre la sociedad, el sector privado y las autoridades para combatir delitos como robo, fraude y extorsión. El ciudadano que denuncia está ayudando a la edificación de un México más seguro.

Sergio González González, director general de ALTO México

Cursó la carrera de Ingeniería Industrial en la Universidad Panamericana. Cuenta con una Maestría en Administración por el ITAM. Posee más de 20 años de experiencia en diseño y ejecución de estrategias enfocadas al crecimiento acelerado en mercados como bienes de consumo, manufactura, petróleo/gas y construcción en América Latina.



THE PUBLIC

Publicar reportajes
CON +
SENTIMIENTO

+52 1 56 2774 1902

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



DE JA TE VE R

Anunciate con nosotros
hola@grupothepublic.com

Cobertura Noticiosa | Señor Noticia | Club de Empresas | Comunicación y +As | Noticiero E
| Nucleo Rural | Con Poderes | Con Styling | Ejecutivo Power | MegaMetropoli
| Negocios para Negocios | Planeta en Verde | Vivir Tec | Lobe Mark