

NOVIEMBRE 2023

THE PUBLIC

No.3

ENTREVISTA

GABRIELA FRIAS

PERÚ MODA

COBERTURA
ESPECIAL

TENDENCIAS

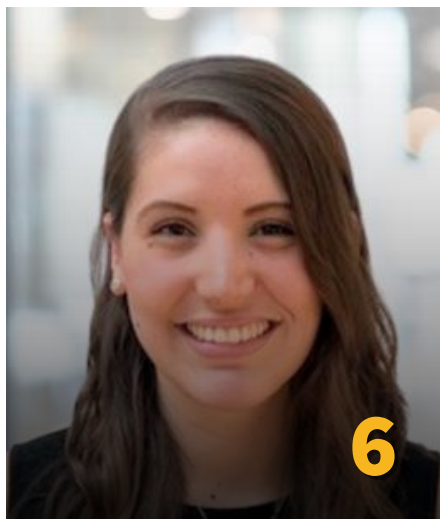
CIUDADES DEL
FUTURO HACIA
EL 2050

SALUD MENTAL

CLAVES PARA
ABORDAR EL
BURNOUT

CONTENIDO

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



6

CREZE: "NUESTRO OBJETIVO ES DARLE MAYORES OPORTUNIDADES A LAS EMPRESAS"

Un mayor acceso a créditos favorece el crecimiento de las pymes, permitiéndoles invertir en expansión y tecnología para competir en el mercado.

NUCLEO RURAL



TECNOLOGÍA PARA UNA AGRICULTURA SIN INTERMEDIARIOS

Con la evolución de la tecnología, la distribución agrícola se está transformando y se están optimizando procesos.

CLUB DE EMPRESAS

REVOLUCIÓN DIGITAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS

La pandemia aceleró el comercio electrónico de medicamentos y empresas como Fracción lideran el cambio.



VIVIR TEC

IMPULSAR EL TALENTO FEMENINO PARA REDUCIR LA BRECHA TECNOLÓGICA

En la lucha por la disminución de la brecha de género, Laboratoria lidera el cambio hacia la inclusividad promoviendo la participación de las mujeres en la tecnología.



ESPECIALES



CIUDADES DEL FUTURO HACIA EL 2050

Las ciudades sustentables y sostenibles son el mejor legado para las futuras generaciones

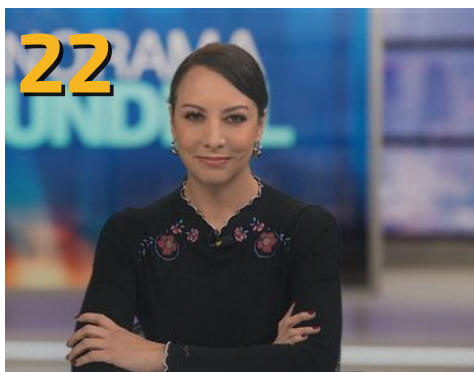
CONTENIDO

42

ESPECIAL PERÚ MODA

ENTREVISTA EXCLUSIVA

22



**GABRIELA FRÍAS:
“MI CARRERA HA SIDO
UNA AVENTURA
MARAVILLOSA”**

La reconocida periodista mexicanoestadounidense nos habla del periodismo, cómo vive cada entrevista y su conexión con cada suceso mundial.

LOBEMARK

**LAS VOCES FEMENINAS
ESTÁN REDEFINIENDO LA
NARRATIVA PUBLICITARIA**

Conversamos con Arah Kim, una creativa mexicana, en cuyo trabajo se ve reflejado la lucha por la inclusión, la diversidad y la igualdad de género.

28



SEÑOR NOTICIA



33

**CLAVES PARA ABORDAR
EL BURNOUT**

El estrés laboral es muy común donde las condiciones de trabajo no son favorables, hay un ambiente poco armónico y falta de comunicación.

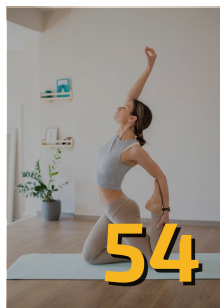
PLANETA EN VERDE

33



**Desplastificar y reciclar:
claves para un futuro
sostenible**

CONSTYLING

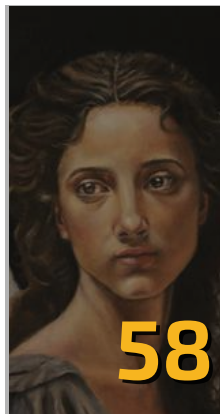


54

**PILATES
CONTRA EL
ESTRÉS
LABORAL**

El pilates promueve la relajación mental y, a su vez, nos hace más productivos en el trabajo

CONPODERES



58

**ENTREVISTA
CON LA JOVEN
ARTISTA,
FERNANDA
CHACALIAZA**

Busca deconstruir un concepto y plasmarlo en la pintura para expresar lo que siente y piensa



Estefani R.
EDITORA

Las urbes del mañana se caracterizarán por su enfoque en la sostenibilidad y la ecología. A propósito del Día Mundial de las Ciudades, celebrado cada 31 de octubre, presentamos las máximas tendencias rumbo al 2050. Asimismo, un recorrido por las metrópolis verdes del momento.

En la portada nos acompaña Gabriela Frías, la reconocida periodista y presentadora de CNN que nos habla sobre su trayectoria profesional, mientras aborda con una mirada crítica algunos de los temas más coyunturales del momento.

Saltando hacia el sector tecnológico, Laboratoria resalta como la plataforma virtual que empodera a las mujeres para su formación en la industria tech. Y, Waruwa se posiciona como la aplicación ideal para que los agricultores consigan mejores precios para sus productos.

Desde sus deslumbrantes arquitecturas hasta la diversidad de culturas que convergen en sus calles, las ciudades son el pilar para la construcción de cada vida que habita en ella. Contribuir en su mejoría, es un compromiso de todos.

TH=PUBLIC

MKKT
DIGITAL
CAMPAÑAS
SEO & SEM

Resultados comprobables

www.grupothepublic.com

+52 1 56 2774 1902



CREZE: "NUESTRO OBJETIVO ES DARLE MAYORES OPORTUNIDADES A LAS EMPRESAS"

Un mayor acceso a créditos favorece el crecimiento de las pymes, permitiéndoles invertir en expansión y tecnología para competir en el mercado.

En un mundo donde las pequeñas y medianas empresas (pymes) son el motor de la economía, se plantea una problemática persistente: la dificultad de acceder a créditos que les permitan crecer y prosperar.

Las pymes, a menudo, enfrentan obstáculos financieros que limitan su capacidad para invertir, contratar personal o expandir sus operaciones. Esta situación genera la necesidad imperiosa de encontrar soluciones que impulsen el acceso de estas empresas a créditos.

De acuerdo con el Centro de Investigación de Política Pública, en México las pymes ocupan un lugar clave en la economía ya que representan el 99.8% de las empresas. Sin embargo, en los últimos cuatro años la economía mundial ha presentado un abrumador declive del 75% en préstamos a pymes, de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Una de las ventajas fundamentales de que las pymes obtengan créditos es que les proporciona el capital necesario para financiar proyectos de crecimiento. Ya sea

para adquirir maquinaria, ampliar su espacio físico o invertir en tecnología, el acceso a créditos les brinda la oportunidad de expandir sus operaciones y aumentar su competitividad en el mercado.

En este contexto, Creze es una fintech mexicana que surge en 2016 con la idea de ofrecer una solución financiera ágil y efectiva a las pymes.

“Buscamos aprobar créditos en un máximo de 24 horas. Siempre buscamos cómo ayudar al cliente a solucionar su problema de liquidez lo más pronto posible”.

Sandra Gazca, COO & Head of Product and Investor Relations de Creze.

La empresa se centra en proporcionar, a través de medios digitales, un crédito que se adapte a las necesidades de cada pyme. Ofrece dos tipos de productos financieros: créditos con garantía hipotecaria que van desde 3 millones hasta 20 millones de pesos, y créditos sin garantía que oscilan entre 50 mil pesos y 3 millones de pesos.

"Solamente el 25% de las pymes en México cumplen con todos los requisitos de la banca tradicional y son sujetas a crédito, nosotros buscamos cambiar esta realidad y aumentar su productividad".

Hasta la fecha, han acumulado una cartera de crédito de 850 millones de pesos, pero la empresa tiene una visión más amplia.

"Nuestro objetivo es darles mayores oportunidades a las empresas. En México, las pymes emplean al 72% de la población mexicana, por lo que al proporcionarles financiamiento suficiente para el capital de trabajo estamos impactando indirectamente a estas personas", agrega.



La obtención de créditos por parte de las pymes no solo representa un alivio a sus desafíos financieros, sino que también les brinda la oportunidad de crecer, competir en el mercado y fortalecer la economía local.

Características de Creze:

- **Enfocado en pymes:** se especializa en atender las necesidades financieras de las pequeñas y medianas empresas en México, un segmento que a menudo se encuentra excluido del sistema bancario tradicional debido a requisitos restrictivos.
- **Flexibilidad:** La fintech ofrece una amplia gama de productos financieros, lo que permite a las pymes elegir la opción que mejor se adapta a sus requerimientos de capital de trabajo.
- **Rapidez en la aprobación:** Creze tiene el objetivo de aprobar créditos en un plazo máximo de 24 horas. Esta agilidad es esencial para ayudar a las empresas a resolver problemas de liquidez de manera oportuna.

REVOLUCIÓN DIGITAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS

La pandemia aceleró el comercio electrónico de medicamentos y empresas como Fracción lideran el cambio.



L

La pandemia del COVID-19 revolucionó la forma en que se adquieren los medicamentos, intensificando su comercialización en línea. Actualmente, las innovaciones han allanado el camino para superar desafíos

históricos en la distribución de medicinas, llegando incluso a comunidades remotas y permitiendo dar un paso más hacia la democratización del acceso a la salud.

De acuerdo con la Comisión Nacional de Programas de Investigación Sanitaria (CONAPRIS), en América Latina alrededor de dos tercios de la financiación de medicamentos proviene de los ingresos de los hogares. Esto genera un fuerte impacto en su economía, ya que los sectores de menores ingresos destinan más del 70% de sus gastos en salud a la adquisición de medicamentos.

En este contexto surge Fracción, una farmacia digital que supo aprovechar el mercado electrónico y que busca ofrecer precios accesibles mediante el fraccionamiento de fármacos en Chile.

“

La pandemia fue un gran avance para nosotros porque la situación sanitaria aceleró la digitalización. Fracción ya contaba con un modelo digital y nos permitió acelerar el crecimiento.”

Javier Vega, director ejecutivo y fundador.

En Chile, el 48% de las farmacias se encuentran ubicadas en la zona metropolitana, mientras que al menos 50 comunas no cuentan con acceso a medicamentos, lo que afecta alrededor de 300,000 mil personas en todo el país, según el Ministerio de Salud.

Fracción aborda esta problemática crucial facilitando el acceso a medicamentos en zonas remotas, pues su enfoque también establece acuerdos con municipios para llevar medicamentos a lugares donde antes no existían farmacias privadas.

“Somos una empresa que nació con la idea de generar un impacto positivo a través del acceso a los medicamentos. Actualmente, tenemos un triple impacto: económico, social y ambiental, por lo que nos han certificado como empresa B”.

La entidad encargada de otorgar la certificación a las Empresas B es B Lab, una organización establecida en Estados Unidos en 2006 y que posteriormente amplió su alcance a Latinoamérica. Esta empresa, que evalúa rigurosamente el desempeño social, ambiental, así como la transparencia y responsabilidad corporativa, otorgó a Fracción su certificación, lo que la convirtió en la primera farmacia latinoamericana en ser reconocida como Empresa B.

Aún con esto, uno de los mayores retos ha sido enfrentar la falta de conocimiento sobre el sistema de fraccionamiento en Chile, comenta el empresario. A pesar de las distintas políticas públicas que permiten este sistema desde 2014, las personas desconocían la opción de comprar justo el medicamento que necesitaban sin gastar más.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, en América Latina al menos el 38% de los países carecen de políticas nacionales que regulen el acceso a fármacos esenciales. Solo en pocas naciones, como Perú y México, el acceso a los medicamentos está constitucionalmente establecido como un derecho fundamental.

Hoy en día, Fracción se encuentra valorada en 25 millones de dólares y planea aumentar su capital para poder expandirse a otros países de Latinoamérica como México, Colombia y Perú.

En Chile, buscan crear un sistema de suscripción digital que apoye a las personas con enfermedades crónicas y que requieran



de medicinas periódicamente, ayudándoles a adquirir su medicamento de manera más sencilla y en la puerta de su casa.

La farmacia digital no solo ha transformado la comercialización de medicamentos, sino que ha demostrado que la tecnología puede ser un aliado poderoso incluso en los sectores más tradicionales.

Ventajas del fraccionamiento de medicamentos:

- Aumento de la seguridad del paciente, con menos eventos adversos por errores de dispensación.
- Simplificación de la gestión de inventarios.
- Agilización en la dispensación de medicamentos.
- Menos prácticas de automedicación.
- Optimización del seguimiento y cumplimiento de tratamientos.

IMPULSAR EL TALENTO FEMENINO PARA REDUCIR LA BRECHA TECNOLÓGICA

En la lucha por la disminución de la brecha de género, Laboratorio lidera el cambio hacia la inclusividad promoviendo la participación de las mujeres en la tecnología.



E

n un mundo impulsado por la transformación digital, las carreras relacionadas con la tecnología son fundamentales para el desarrollo económico.

Sin embargo, la brecha de género persistente ha sido un fenómeno que ha limitado el avance de las mujeres en estas áreas.

Abordar esta problemática no solo implica corregir una desigualdad, también asegura que las mujeres contribuyan plenamente a la creación y aplicación de tecnologías que darán forma al mañana.

Según datos de la UNESCO, hasta 2022, en América Latina y el Caribe la presencia de mujeres en las carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) era del 35%, lo que en el mundo laboral representaba solo un tercio de los empleados con título en estas áreas.

En gran medida, las mujeres se ven desanimadas a elegir carreras relacionadas

con la ciencia y tecnología porque existe una gran desconfianza sobre su propio desempeño, además de que son a menudo subestimadas y poco impulsadas, asegura la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Con la convicción de que es posible derribar los estereotipos y reducir la brecha de género en la tecnología, surge Laboratoria, una organización sin fines de lucro que promueve la formación de mujeres en la industria tech.

"Promover la participación de las mujeres en campos tecnológicos implica superar múltiples barreras culturales, estructurales y socioeconómicas"

“Con un continente en plena transformación digital, las empresas de Latinoamérica deben apostar cada vez más por la inclusión de mujeres en sus equipos tech”

Regina Acher, cofundadora y CMO de Laboratoria en Brasil.

Laboratoria está contribuyendo de manera significativa a la transformación de carreras y la inclusión de mujeres en la industria tecnológica. Sin embargo, abordar la brecha de género en tecnología requiere esfuerzos coordinados a nivel mundial y local para hacer frente a la disparidad.

La organización está comprometida a lograr una economía digital más diversa y competitiva mediante bootcamps intensivos de seis meses que instruyen en habilidades técnicas y para la vida a las mujeres que aún no han podido iniciar sus carreras profesionales; asimismo, guiar a las egresadas para posicionarlas en el mundo laboral.

Hasta la fecha, Laboratoria ha logrado graduar a más de 3,500 mujeres de Latinoamérica, con un impresionante 79% de empleabilidad y un 98% de satisfacción entre las estudiantes al completar el bootcamp.

La organización está en un período de expansión, llegando a cinco nuevos países en 2023, lo que eleva su presencia a 11 países de América Latina, entre los que se encuentran Chile, Perú, Brasil, México y Costa Rica.

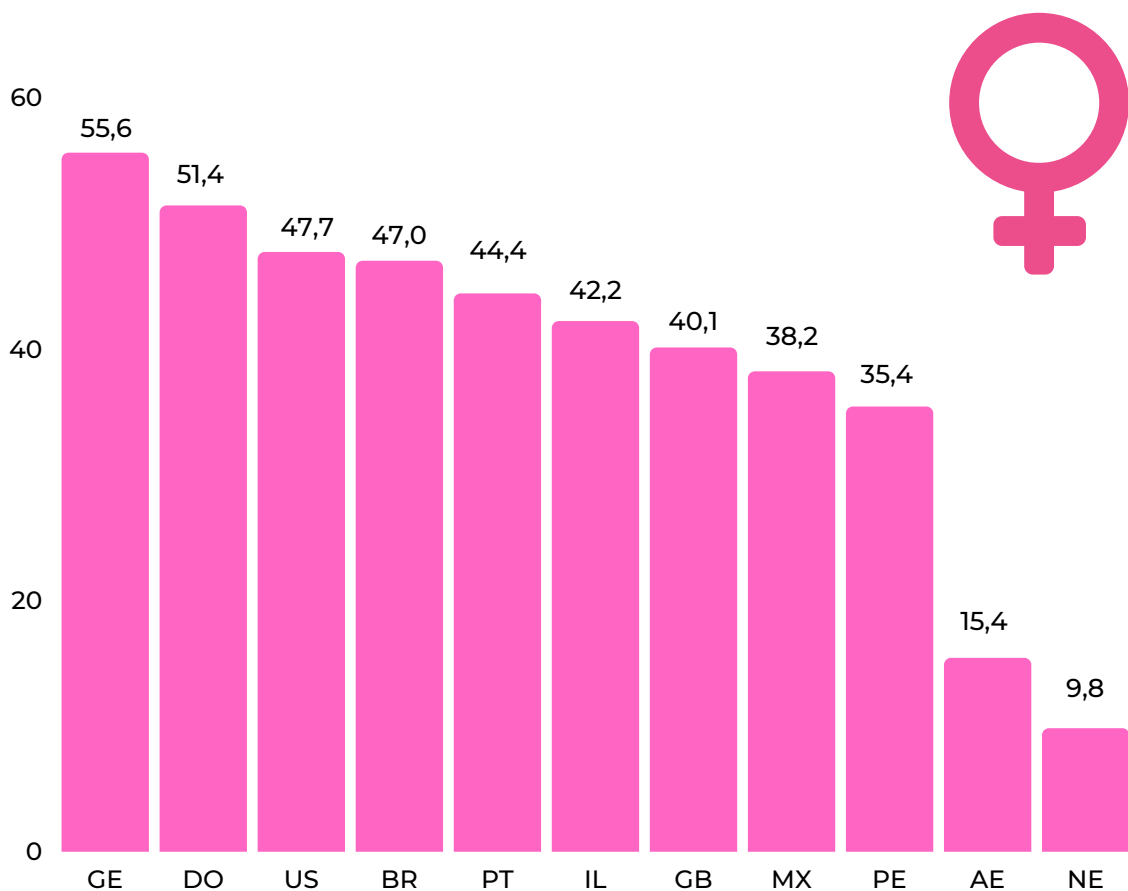


Además, otorgar a las mujeres equidad de oportunidades para avanzar y destacar en disciplinas como la tecnología, contribuye a disminuir la diferencia salarial entre géneros,

eleva la estabilidad económica femenina y asegura la presencia de una fuerza laboral diversificada y competente.

MUJERES EN STEM: DESAFIO EN EL MUNDO

Porcentaje de mujeres sobre el total de empleados que trabajan en campos STEM* EN 2020



*Ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas. Países seleccionados

Fuente: Statista



negociosparanegocios.com

CLIC Y ENCIENDE TU
NEGOCIO

**Negocios
para**

Negocios

TECNOLOGÍA PARA UNA AGRICULTURA SIN INTERMEDIARIOS

Con la evolución de la tecnología, la distribución agrícola se está transformando y se están optimizando procesos.



Nelson Rodríguez, fundador de Waruwa

Una de las problemáticas latentes del sector agroindustrial es el exceso de intermediarios en la cadena de distribución que

encarecen los precios, afectando tanto a consumidores como productores.

“Waruwa surge en 2019 con la idea de solucionar el problema de distribución en el agro colombiano. Hoy en día, somos una plataforma que logra eliminar los excesivos costos que conlleva depender de intermediarios”.

Nelson Rodríguez, fundador de Waruwa

En este contexto, la tecnología se alza como un elemento crucial para afrontar el desafío y establecer un equilibrio económico más sostenible a través de la optimización de procesos.

En México, por ejemplo, los costos de los alimentos encarecen entre un 15 y hasta más de un 300% en la cadena de distribución, asegura el Grupo de Consultores de Mercados Agrícolas. Por ejemplo, en frutas como el jitomate en 2022 se pagaba al productor 6.3 pesos y se vendía al consumidor en 24.7 pesos, representando un encarecimiento del 333%.

Además, a nivel global, la Organización Mundial para la Alimentación y la Agricultura (FAO), estima que entre el 14 y 20% de los alimentos producidos se pierden en las distintas etapas de distribución, lo que se debe en buena medida al alza de los precios.

Ante esta problemática del sector agroindustrial, surge Waruwa, una plataforma digital que busca optimizar la distribución de frutas y hortalizas en Colombia, permitiendo que productores y consumidores puedan tener un contacto más directo.

Waruwa soluciona las dificultades de venta de los agricultores comprando directamente sus cosechas y asumiendo la logística de transporte. Después, desde su plataforma digital, ofrece estos productos a restaurantes, cadenas de supermercados y tiendas locales. Lo que favorece sobre todo a pequeños productores, ya que les permite acceder a mercados más amplios y obtener ganancias más justas.

Si bien han tenido complicaciones tras la pandemia, actualmente cuentan con alrededor de 100 productores activos, de los cuáles el 92% son pequeños agricultores que han encontrado en Waruwa un canal de venta seguro para sus cosechas.

Acortar la cadena de distribución permite que los agricultores obtengan mejores precios, lo que tiene un impacto directo en las comunidades agrícolas, mejorando las condiciones de vida y fomentando la inversión en técnicas agrícolas más sostenibles.

Además, el descentralizar la comercialización no solo permite a los productores ofrecer una variedad más amplia de productos, también impulsa la preservación de variedades tradicionales y menos comerciales que a menudo son olvidadas.



“A futuro, buscamos tener una mayor participación con los productores, no solo con apoyo logístico, también con apoyo para la producción como créditos, orientación y seguros para enfrentar los problemas que tienen los agricultores”

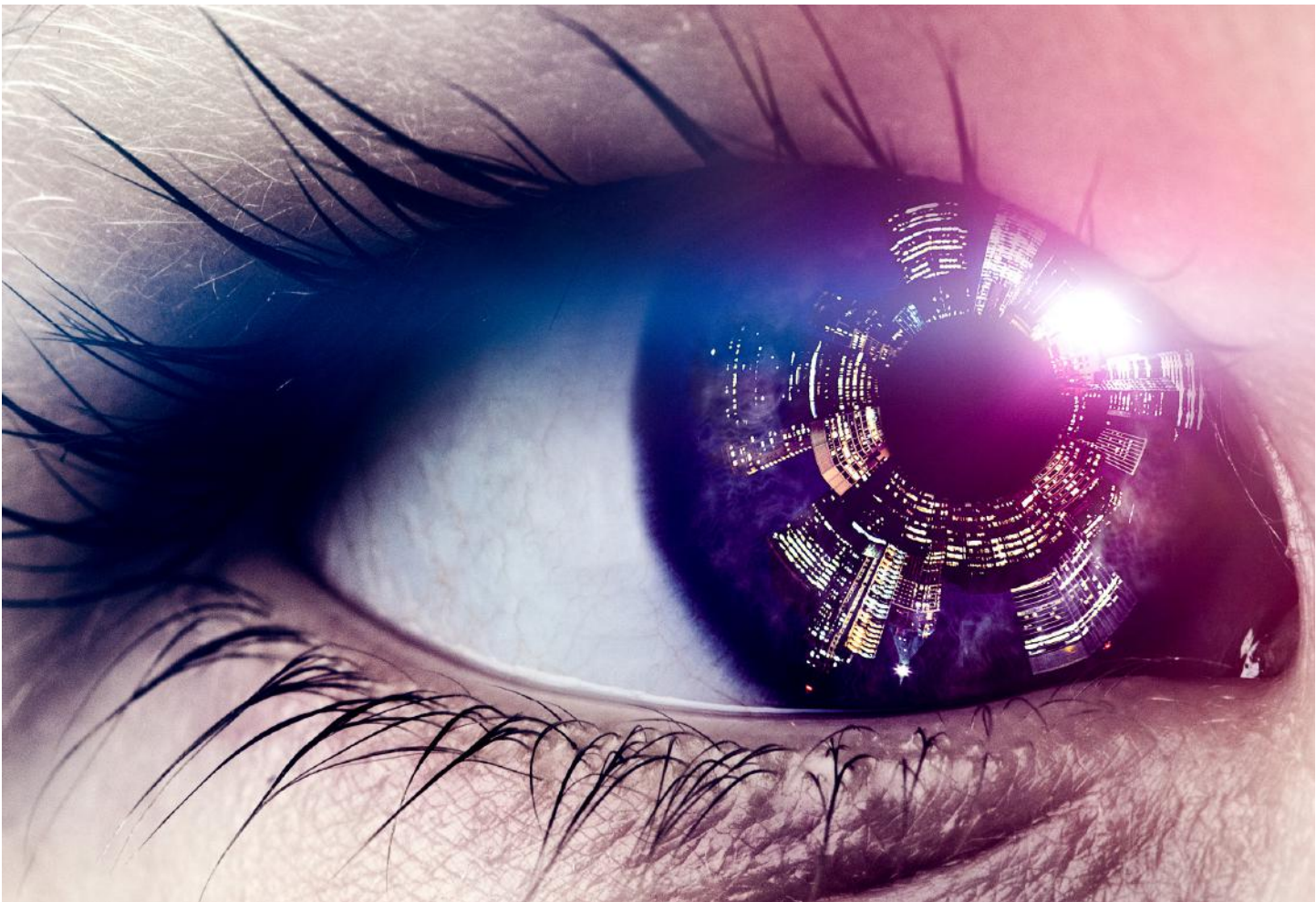
Principales problemas de la cadena de distribución en el sector agroindustrial:

- En Latinoamérica, el 70% de las utilidades de un producto del campo va a intermediarios.
- En Colombia, los intermediarios demoran en pagar a los agricultores entre 30 y 90 días después de obtener los productos.
- A nivel mundial, entre el 14 y 20% de los alimentos producidos se pierden en las distintas etapas de distribución.



Las ciudades sustentables y sostenibles son el mejor legado para las futuras generaciones

CIUDADES DEL FUTURO HACIA EL 2050





En un mundo que enfrenta diversos desafíos ambientales, la construcción de ciudades sostenibles y sustentables se ha convertido en una pieza fundamental para garantizar un futuro próspero y equitativo.

Además, la creación de entornos urbanos que priorizan la sostenibilidad no solo benefician al medio ambiente, sino que también mejoran la calidad de vida de sus habitantes y contribuyen a la prosperidad económica a largo plazo.

Si bien la Organización de las Naciones Unidas (ONU), estableció desde 2014, el 31 de octubre como el Día Mundial de las Ciudades, es importante trabajar por un mayor incentivo del desarrollo de metrópolis más verdes con la finalidad de favorecer el bienestar mental, fomentar la socialización e incentivar la actividad económica.

Hacia el 2050, algunas de las tendencias urbanistas que marcarán el futuro, según expertos, son las siguientes:

Movilidad sostenible

Con el objetivo de reducir el impacto ambiental y promover un transporte más eficiente e inclusivo, los vehículos eléctricos, el transporte público eficiente y los vehículos compartidos han mejorado para facilitar la movilidad multimodal.



Durante los siguientes años continuará la adaptación del uso de las bicicletas en las ciudades como una alternativa económica, ecológica y segura para viajar. Además, en algunas urbes de gran tamaño, como la Ciudad de México, las flotas de autobuses han comenzado a ser modernizadas y ahora cuentan con vehículos eléctricos e híbridos

Francisco Pérez, Urbanista

Mejor planificación urbana

A principios de siglo, se realizó una importante dispersión urbana que generó un serio problema, de manera que los conjuntos habitacionales construidos en aquel tiempo consumen enormes terrenos naturales, generan mucha contaminación en los traslados por la lejanía de fuentes de empleo, y no cuentan con todos los servicios.

“Los desarrollos sustentables se han convertido en una mayor necesidad de la población debido a que cada vez hay más conciencia de las nuevas generaciones preocupadas en temas como la naturaleza y el cambio climático”, agrega Pérez.





Eficiencia energética en construcción

La descarbonización del sector de los edificios para el año 2050 será otro factor clave para disminuir las emisiones globales y llevar a las metrópolis hacia el camino sustentable. El sector de la construcción debe mejorar el rendimiento energético de los edificios, disminuir la huella de carbono de los materiales de construcción, así como aumentar la inversión en eficiencia energética.

“ Para migrar hacia una industria de la construcción sostenible, es vital el uso de materiales renovables y reciclables, así como la reducción de la energía incorporada en su fabricación, el consumo de energía del edificio terminado, los desechos del sitio y, por supuesto, proteger los hábitats naturales durante y después de la fase de construcción. ”

Brenda Salas, gerente de marketing y comunicación interna para Latinoamérica de Owens Corning

Tecnología inteligente

Algunos centros urbanos ya utilizan tecnologías como la inteligencia artificial (IA) para mejorar sus procesos, mediante sistemas basados en aprendizaje automático, que recopilan información en todo momento mediante el big data.



Viena

Considerada en el Global Liveability Index por The Economist, como la mejor ciudad del mundo para vivir. La capital de Austria enaltece la calidad de vida de sus habitantes por: infraestructura, sanidad, cultura y medio ambiente, así como educación y estabilidad. Entre algunos de sus avances, la metrópoli es reconocida por un sistema de transporte público bien desarrollado que incluye tranvías, autobuses y trenes subterráneos (U-Bahn).

A pesar de los desafíos enormes que imponen estas tendencias, hay ciudades que ya están empezando a surfear en la ola verde, algunas de ellas son:



Singapur

Reconocida internacionalmente por sus esfuerzos en sostenibilidad y resiliencia ambiental, dicha "ciudad inteligente" es destacada por la implementación de tecnologías avanzadas y la recopilación de datos para mejorar la calidad de vida de los residentes y abordar los desafíos urbanos.



Vancouver

Ubicada dentro del top 5 de las mejores ciudades para vivir por The Economist, esta metrópoli ha sobresalido en términos de planificación urbana sostenible, acceso a energía hidroeléctrica limpia y a la vegetación urbana, destacando en esta última por su iniciativa Greenest City Action Plan. A su vez, Vancouver está trabajando hacia el objetivo de ser una ciudad libre de emisiones de carbono para 2050.



San Francisco

Pionera en la promoción de la energía renovable y la gestión de residuos, esta ciudad se ha comprometido a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero hacia 2030. Además, dada la preocupación por la sequía en California, San Francisco destaca por su innovación tecnológica para la conservación del agua.

En efecto, las ciudades sostenibles y sustentables representan un faro de esperanza. En la medida en que se avanza en esta dirección, se allana el camino para un mundo más habitable, próspero y en armonía con la naturaleza.

Nueva York

Siendo uno de los centros urbanos más grandes y emblemáticos del mundo, la gran manzana ha invertido en tecnología para mejorar la gestión del tráfico, la seguridad pública y la eficiencia de los servicios municipales. A su vez, esta ciudad promueve iniciativas como el Proyecto 80x50 que plantea una reducción de gases de efecto invernadero, así como como Vision Zero que busca reducir los accidentes de tráfico y fomentar la seguridad peatonal.



GABRIELA



FRÍAS

“

**Mi carrera ha sido una
aventura maravillosa”**

La reconocida periodista mexicana nos habla del periodismo, sus experiencias y su conexión con cada suceso mundial.



Nunca imaginó convertirse en presentadora de televisión. Para Gabriela Frías, una de las figuras más talentosas del periodismo internacional, la oportunidad llegó de un momento a otro, en el 2000, cuando el diario mexicano Reforma, del que formaba parte, realizó un proyecto con la cadena internacional de noticias CNN en Español. Luego de eso, su crecimiento profesional fue exponencial.

Reconoce que haber empezado en prensa escrita y luego pasar a la televisión, la curtió mucho sobre el nivel de responsabilidad que debe tener todo periodista al informar. Ese nivel de empatía que conecta con cada historia que cuentan sus entrevistados.

Ser productora y presentadora de espacios financieros y de negocios como Mercado México, Portafolio Global, CNN Dinero y En Efectivo ha sido un gran camino para ella y además, una lección, pues aprendió que un día puede ser muy bueno, pero se acaba y al día siguiente es un lienzo en blanco que la desafía a entregar su mejor cobertura a través de su vocación de servicio.

Si bien inició en la fuente económica y hoy está inmersa, también, en política, la periodista reconoce que ambos temas nunca han estado separados, por lo que eventos como los atentados terroristas del 11 de septiembre, lo que representaban y su repercusión marcaron su carrera. Los temas de migración, como la ley SB1070 de Arizona, han sido una constante, incluso participando en documentales sobre América Latina y la población hispana.

“Estar presente con las familias en los lugares donde llega “la migra”, ver la forma en la que se esconden o corren para que no se los lleven, escuchar su pedido de no dejarlos abandonados, fue impactante”.



Christine Lagarde, presidenta del Banco Central Europeo

Ante un mundo dividido por conflictos armados, considera que guerras como la de Rusia y Ucrania afectan a la economía europea y mundial a través de diferentes aspectos: “el tema energético, por supuesto, no es menor, sobre todo en un continente que depende tanto de las importaciones de petróleo. Sin embargo, yo creo que el lado de los alimentos ha sido uno de los momentos más difíciles, considerando que el mundo salía de enfrentar las consecuencias del COVID-19 y que había hogares que estaban muy apretados económicamente. Aparte de ello, algunos de los Gobiernos, los que dieron ayuda a la población, se quedaron con los bolsillos vacíos”.

El conflicto entre Israel y Hamás es otra de las pugnas que nos siguen impactando, y aquí, Frías señala que si bien Israel es un importante proveedor y exportador en términos de producción, en esta guerra en particular, el tema humanitario es el más afectado. “Desde los terribles atentados que iniciaron el 7 de octubre, el mundo se ha mostrado tremendamente dividido, incluso en las escuelas y universidades. Este conflicto ha generado esa divisibilidad en términos de las opiniones que tiene la gente, las sociedades en distintas partes del mundo, y lo difícil que es conciliar esas posiciones. El impacto humanitario e ideológico son los más presentes”.



“ Durante años ha existido una expectativa no cumplida de servicios de salud, de educación e infraestructura, lo que ha generado un enorme descontento social, no solamente Latinoamérica, pero en particular en este continente en donde hay desafíos de pobreza y de desigualdad por resolver ”

En ese contexto, las personas han sido las más afectadas y evidentemente, su salud mental. Madres que luchan por su vida y la de sus hijos buscando refugio durante los bombardeos en Gaza o niños que perecen con sus padres intentando cruzar el río Bravo, son situaciones que generan un shock en la sociedad y que aunque la salida debería ser conversada, aún no se llega a ese punto.

Para la periodista, el mundo se encuentra en una especie de trauma poscovid en donde somos menos tolerantes y hablamos poco. En Latinoamérica, además, señala, que tenemos instituciones y autoridades en descrédito.

La tendencia hacia la formación de Gobiernos populistas pone en riesgo a los países de la región, que no solo tienen que lidiar con problemas existentes, sino con nuevos riesgos que llegan con cada elección presidencial. En la opinión de Frías, el problema existe cuando dentro de esa gran popularidad hay desconocimiento de las instituciones, del equilibrio de poderes y hay una visión más personal que una visión de país. Bajo el riesgo de que muchas personas, sobre todo en las comunidades más olvidadas, tienen la impresión de que ese es el líder salvador, pero nos toca como ciudadanos tener clara nuestra responsabilidad: si elegimos a este tipo de autoridades o intentamos buscar a alguien que tenga un plan de país que nos parezca coherente.



Gabriela Frías tiene claro que un buen periodista tiene que ser empático ante cualquier situación para conectar estrechamente y narrar su mejor historia, y que a pesar de los retos diarios, el periodismo es su gran pasión. “Mi carrera ha sido una aventura maravillosa. Me ha abierto las puertas al mundo y me ha hecho entender mejor a mi propia región”, finaliza.

Las voces femeninas están redefiniendo la narrativa publicitaria

Conversamos con Arah Kim, una creativa mexicana, en cuyo trabajo se ve reflejado la lucha por la inclusión, la diversidad y la igualdad de género.

Las campañas publicitarias son una poderosa influencia en la percepción y construcción de roles y estereotipos. Promover la igualdad de género en este

sector es un paso crucial hacia la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Además, las mujeres son un importante mercado objetivo para numerosos productos y servicios; por ello, tener una comprensión profunda de sus necesidades, deseos y experiencias es esencial para el éxito de muchas marcas.

En ese sentido, las mujeres en puestos de liderazgo pueden contribuir a una mejor comprensión de este mercado y a la creación de campañas publicitarias más efectivas.



Arah Kim es una joven activista, publicista y actualmente Directora Creativa Asociada en Wieden+Kennedy México. También es miembro de la mesa directiva del Círculo Creativo, la asociación que celebra el talento de la creatividad en México y que impulsa las ideas del mañana.

Desde su posición como defensora de la igualdad de género, Arah viene trabajando en diferentes proyectos que tienen como pilar la inclusión. En la siguiente entrevista, conoceremos más sobre su trayectoria y aporte a la industria creativa.

1. ¿Cuál consideras que es tu enfoque o estilo distintivo en la publicidad?

Conforme vas creciendo y participando en distintos proyectos lo encuentras. Algunos de mis trabajos más relevantes tienen que ver con el lado social, específicamente cambiar perspectivas en el sentido de inclusión y diversidad a través de la publicidad.

Lo más importante de esta carrera es ser conscientes que tenemos mucha responsabilidad. La publicidad tiende a verse como un trabajo irrelevante, pero tiene mucho impacto en la economía, la cultura y la sociedad, más allá de vender un producto.



2. La publicidad a menudo implica trabajar con marcas y productos diversos, ¿cómo te adaptas a diferentes industrias y audiencias?

Una de las cosas que me gusta hacer al enfrentarme a cualquier proyecto de una marca, es la investigación muy profunda. La publicidad está muy conectada con la cultura, no puedes hacer un comercial para un mercado que no conoces o sin una mínima investigación, porque así no va a conectar. Debemos ser muy responsables con la representación de la realidad, no maquillar o estereotipar los contextos.

Sin estrategia, no hay creatividad. Las marcas y los productos son como personas y es muy interesante conocerlas a profundidad para saber quiénes son y cómo se expresan. No se trata de inventarse una necesidad, sino más bien de conectar con las personas que realmente tienen una necesidad por banal que esta sea y que se sientan identificados con la marca.





3. ¿Cuál ha sido la campaña que te ha dado mayor satisfacción?

Acabo de lanzar recientemente una para Nike. Esta campaña es la más grande que se ha hecho en México para la selección femenina de fútbol y tuve el gran privilegio de ser una de las creativas detrás de este proyecto.

Me gusta la campaña porque tiene un mensaje muy poderoso que es a través de un hecho histórico que pasa en el deporte, sobre todo en el femenino. Está inspirado en las historias personales de cada una de ellas, pero también representa lo que las mujeres hemos pasado no solo en el fútbol, sino en todas las disciplinas. El cómo hemos ido ganando espacios y hemos tenido que perder los estereotipos y dejar el miedo a un lado.

Me encanta que Nike sea una marca tan comprometida con la inclusión y con la igualdad en el deporte, pero también me gustó por la oportunidad de haber trabajado con mujeres que están haciendo activismo desde su disciplina.

4. Has participado en el programa See It Be It, ¿en qué consiste?

Este programa es un acelerador para las futuras líderes en donde descubren sus capacidades y las desarrollan. A través de mentorías y charlas te enseñan a reconocer tus valores como persona, así como tu perspectiva y visión como profesionista.

La mayoría de las mujeres que son seleccionadas son creativas y agentes de cambio en su país, que reconocen la desigualdad que viven, pero que no se quedan de expectadoras.

El programa busca a aquellas mujeres que con su voz y su talento están cambiando perspectivas, y lo más interesante es que es un programa que también está abierto para personas no binarias y transexuales, porque son quienes menos están en posiciones de liderazgo.



5. ¿Qué consejo le darías a las mujeres que desean seguir una carrera en publicidad y además ser reconocidas en la industria?

Mucho se trata sobre la acción propia, porque quizás a veces estamos esperando que el cambio empiece por otras personas. Las mujeres deben empezar a sentir confianza como para levantar la voz. Desde mi experiencia, yo era de las que se quedaba callada, que prefería que otras personas hablaran en lugar de mí, y eso era porque no tenía confianza ni seguridad de saber si lo que estaba diciendo era correcto, tenía miedo a equivocarme y ahora sé que solo perdiendo esos miedos es como podemos crecer.

Algo que cambió mi carrera definitivamente fue no esperar la oportunidad de alguien más y empezar a demostrar la creatividad y el talento que yo tenía por mí misma. Si en algún momento no tenemos oportunidades, podemos empezar con proyectos personales, pues la agencia de publicidad no es la responsable de hacer nuestras carreras o definir quién somos cómo creativas. Además, si nos quedamos esperando oportunidades va a haber mucha frustración, hay que crear espacios donde podamos expresar y celebrar todo lo que somos.

6. Hablando de inclusión, ¿qué podrías destacar de la publicidad mexicana en comparación con sus pares latinoamericanos?

En México se ha avanzado bastante sobre estos temas y me siento contenta de que haya más representación de la mexicanidad. Hoy en día, los mexicanos cada vez se sienten más orgullosos de su raíz, de quiénes son, y eso se nota en las gráficas y en los anuncios. Se puede decir que se están rompiendo las barreras y la industria se está interesando en ser más real.



ADVERTISEMENT

BLOG

Lobe Mark

PUBLICIDAD
MARKETING
DIGITAL



lobemark.com



CLAVES PARA ABORDAR EL BURNOUT

El estrés laboral es muy común donde las condiciones de trabajo no son favorables, hay un ambiente poco armónico y falta de comunicación.

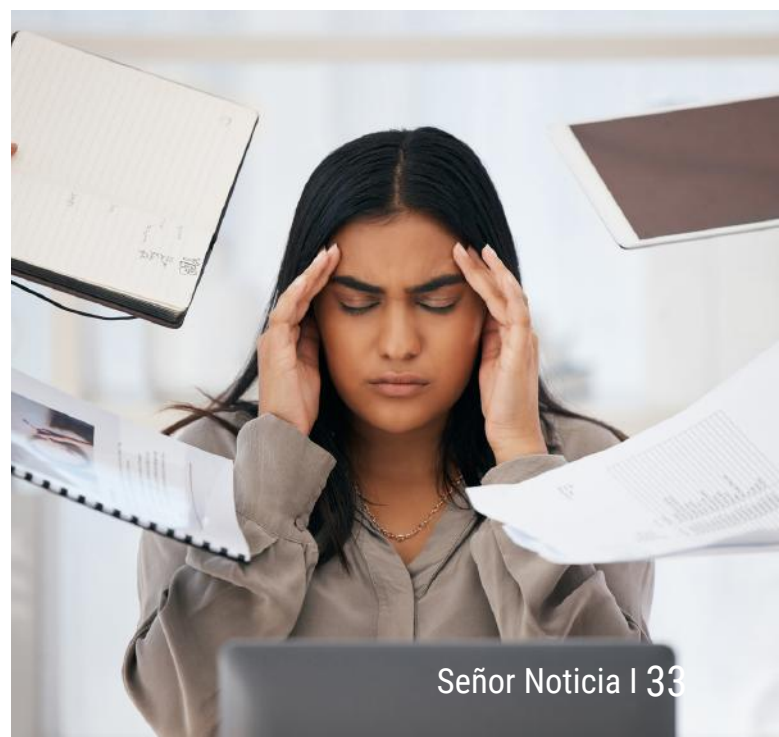
El agotamiento laboral, conocido como "burnout", es un fenómeno creciente en el mundo moderno que afecta tanto a los trabajadores como a las empresas de manera significativa. Este se caracteriza por un agotamiento físico y mental extremo, causado por el estrés crónico y la sobrecarga laboral.

Desde la perspectiva de los trabajadores, enfrentar esta situación es devastadora. Puede llevar a la disminución de la satisfacción laboral, dar pie a la baja autoestima y generar la sensación de estar atrapado en un ciclo agotador.

Por otro lado, las empresas también enfrentan graves consecuencias debido a la disminución del rendimiento y la falta de compromiso de sus empleados, ya que ello afecta directamente la productividad y la calidad del trabajo.

“Cuando una persona comienza a presentar problemas de salud mental/emocional es muy común que su rendimiento baje, tenga falta de concentración para desempeñarse adecuadamente, empiece a llegar tarde al trabajo e incluso ausentarse del todo”.

Sandra Rivera Bravo, psicóloga tanatóloga, especialista en psicoterapia sistémica humanista y tratamiento de la ansiedad.



Asimismo, se presentan comportamientos notorios en la forma de vinculación con los compañeros, como irritabilidad o retraimiento. Y en algunos casos, salen a relucir síntomas físicos que llevan a la persona a acudir al médico, siendo los más comunes: gastritis, colitis, alergias, psoriasis, migraña, insomnio, falta o exceso de apetito, entre otros.

A medida que estos síntomas avanzan y se vuelven crónicos, los trabajadores pueden experimentar problemas como insomnio, ansiedad, depresión y problemas cardiovasculares. Estos efectos negativos pueden extenderse a la vida personal, afectando las relaciones y la calidad de vida en general.

¿Cómo vencer el burnout?

El burnout es muy común donde las condiciones laborales no son favorables, como en un ambiente poco armónico que se caracteriza por una evidente falta de comunicación y preocupación por los colaboradores. Esto provoca que al estar en este tipo de ambientes, las personas se encuentren bajo estrés crónico, lo que somete al cuerpo y a la mente a un desgaste constante.

Desde el lado del empleado, “tiene que desarrollar habilidades que le permitan gestionar de forma más asertiva el estrés, como aprender respiraciones diafragmáticas, meditación, mindfulness, ejercicio, alimentación equilibrada, buenos hábitos de sueño y tiempo de esparcimiento. En caso de estar en un nivel avanzado, puede acudir a un especialista de la salud mental”, recomienda la psicóloga.

De igual forma, es esencial que las organizaciones adopten medidas proactivas para fomentar un ambiente de trabajo

saludable. Según Sergio Barrientos, coach motivacional y mentor peruano, algunas acciones importantes que los empleadores pueden tomar son:

- Generar relaciones de confianza y respeto entre los empleados.
- Promover una comunicación asertiva, con un feedback constante.
- Implementar políticas de reconocimiento y compensación justas.
- Asegurar una carga laboral equitativa y apropiada.
- Fomentar actividades de integración y team building, tanto a nivel formal como informal.



“A medida que los síntomas del burnout avanzan, los trabajadores pueden experimentar problemas como insomnio, ansiedad y depresión”.

Rompiendo el tabú

Con el surgimiento de la pandemia por COVID-19, se evidenció un notable número de personas con problemas de salud mental, por lo que este tema pasó a ser una preocupación a nivel global. Sin embargo, este es un asunto que persiste por años y que poca atención se le ha dado.

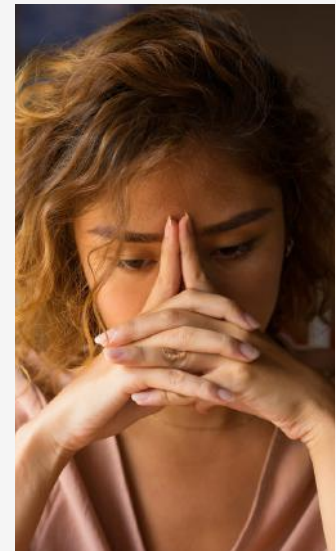
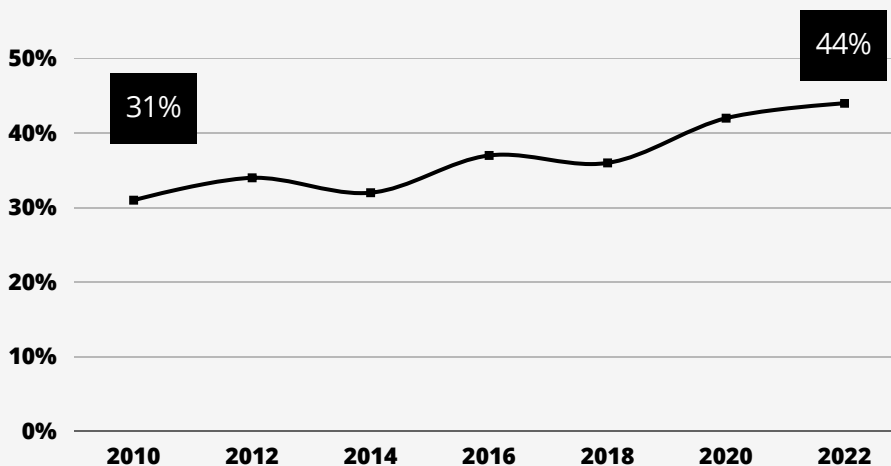
De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS), la prevalencia de casos por depresión y ansiedad durante el primer año de pandemia aumentó en un 25%, siendo los jóvenes los más vulnerables a desarrollar conductas autolesivas o suicidas.

Hay que tener presente que en el trabajo pasamos 8 horas diarias de nuestro día, por lo que la comunicación abierta entre compañeros, la promoción de actividades de bienestar y la búsqueda de ayuda profesional cuando sea necesario, son pasos cruciales para vencer al enemigo llamado burnout.

“Una de las mejores formas para romper el tabú dentro de las empresas, es que las organizaciones realicen continuamente prácticas que hablen de la salud mental, en donde se incluyan temas como manejo asertivo del estrés, cuidado personal, hábitos alimenticios, higiene del sueño, gimnasia cerebral, inteligencia emocional, organización del tiempo, entre otros aspectos”, señala Rivera.



EL ESTRÉS DE LOS TRABAJADORES SE MANTIENE EN UN NIVEL RÉCORD



Basado en encuestas a al menos 1,000 empleados por país y año en más de 160 países.

Porcentaje de empleados que aseguran haber experimentado mucho estrés el día anterior

Fuente: Statista

WWW.SENORNOTICIA.COM

STUDIO 56

Films

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

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



PIENSO, LUEGO CONSUMO



DESPLASTIFICAR Y RECICLAR: CLAVES PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

La contaminación plástica se ha convertido en una crisis global que exige soluciones urgentes.

La contaminación plástica es uno de los problemas ambientales más apremiantes en la actualidad. Los plásticos, debido a su durabilidad y versatilidad, se han convertido

en una parte integral de nuestras vidas, pero su uso y disposición inadecuada han llevado a una creciente acumulación de desechos plásticos en el entorno.

Este problema representa una seria amenaza para la salud de los ecosistemas y, en última instancia, para la salud humana. Ante ello, existen soluciones efectivas para abordar esta problemática, y dos de las más importantes son el reciclaje y la desplastificación.

Cabe señalar que en el 2019, el año previo a la pandemia, más de 130 millones de toneladas de plásticos de un solo uso se tiraron a nivel mundial, según el Índice de Fabricantes de Residuos Plásticos, publicado por la Fundación Minderoo. Al respecto, hay

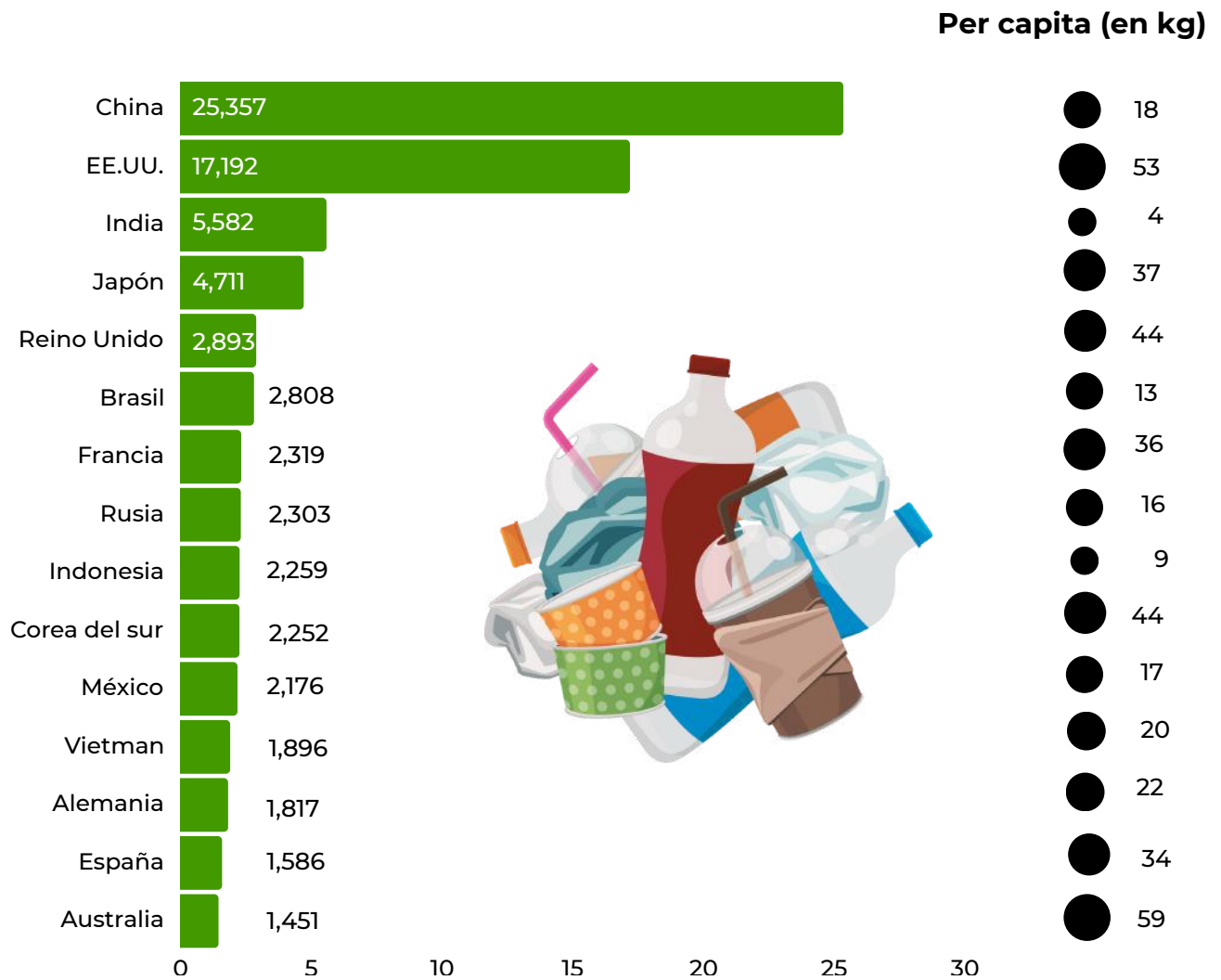
países que figuran con la mayor cantidad de residuos, como lo muestra la siguiente gráfica.



Mara Gabriel, coordinadora de la certificación UPFC en Unplastify

LOS PAÍSES QUE GENERAN MÁS RESIDUOS PLÁSTICOS DE UN SOLO USO

Países con la mayor cantidad de residuos plásticos de un solo uso generados en 2019 (en miles de toneladas)



Fuente: Índice de fabricantes de residuos plásticos - Fundación Minderoo

Fuente: Statista



servicios, y es validada por una red de evaluadores externos capacitados en temas de problemática plástica, pero también en tecnología”, explica Mara Gabriel.

El poder del reciclaje

El reciclaje de plásticos es un proceso que implica la recolección, clasificación, limpieza y transformación de productos plásticos usados en materiales nuevos. Es decir, el plástico reciclado se utilizará como materia prima en la fabricación de nuevos objetos.

De alguna manera, esto ayuda a reducir la cantidad de plásticos que terminan en vertederos o, peor aún, en nuestros océanos y cuerpos de agua. Asimismo, al reciclar se ahorra energía y recursos naturales, ya que la producción de plástico virgen consume gran cantidad de petróleo y gas natural.

Un mundo sin plásticos

Desplastificar es la acción progresiva de reducir y minimizar el uso de plásticos en operaciones, productos y servicios. Bajo este concepto nace Unplastify, una startup argentina que, a través de estrategias y cambios de paradigmas, logra que las empresas utilicen cada vez menos plásticos.



Solo el 9% de los plásticos producidos se reciclan a nivel global. Por eso, lo que nosotros hacemos es enfocarnos en desplastificar. Trabajamos acelerando procesos de reducción de uso de plásticos, rediseñando operaciones, hábitos y normas para cada empresa”

Mara Gabriel, coordinadora de la certificación UPFC en Unplastify

Para demostrar que una empresa está cumpliendo con la desplastificación, Unplastify brinda la certificación UPFC, la cual mide, valida y premia esta acción. “Este reconocimiento se otorga en base a la medición de la Huella Unplastify, que valora las acciones implementadas por cambios realizados, tanto en productos como en



Según un informe reciente de National Geographic, el desafío actual es el manejo de 8,300 millones de toneladas de plástico producidas desde la década de 1950. De estas, más de 6,300 millones de toneladas se han transformado en desechos. Sorprendentemente, de estos residuos, 5,700 millones de toneladas nunca han pasado por un proceso de reciclaje.

De acuerdo a una encuesta de Ecoplas, la ONG que impulsa el desarrollo sustentable de la industria plástica, hay un alto nivel de concienciación en Argentina en lo que respecta a la práctica del reciclaje, con un 64% de los encuestados afirmando estar al tanto de su importancia. Asimismo, el 91% lo sitúa entre los tres materiales con mayores posibilidades de ser reciclado, junto con el cartón y el papel.



Al adoptar estas prácticas, desplastificación y reciclaje, encaminamos nuestro rumbo hacia un estilo de vida sostenible, consciente y responsable. El momento de actuar es ahora, y juntos podemos marcar la diferencia.

Tips para desplastificar:

- Tener una bolsa de tela o ecológica para hacer compras
- Llevar siempre una botella reutilizable de agua
- Utilizar productos de higiene personal ecológicos

COBERTURA

PERÚ MODA & DECO



PERÚ MODA 2023

La moda es un baile eterno entre el pasado y el futuro, donde el estilo y la innovación se entrelazan en cada colección. Cada nueva temporada es una hoja en blanco para los diseñadores, esperando ser escrita con audacia y creatividad.





Classic Alpaca

Las profundas raíces y métodos ancestrales han dado forma a la identidad de Classic Alpaca. Suéteres, cardigans, pantalones, leggings e incluso accesorios, son bordados a mano por sus hábiles artesanas. Además, cada obra, tonalidad y puntada está comprometida con la sostenibilidad.

“En esta reciente colección, hemos abarcado toda la parte ecológica. Ahora la empresa cuenta con una certificación de comercio justo, y estamos en la ruta de poder certificarnos como GOTS, que es una certificación orientada a prendas más orgánicas”, señala Rocío Lázaro, directora regional de ventas y marketing.



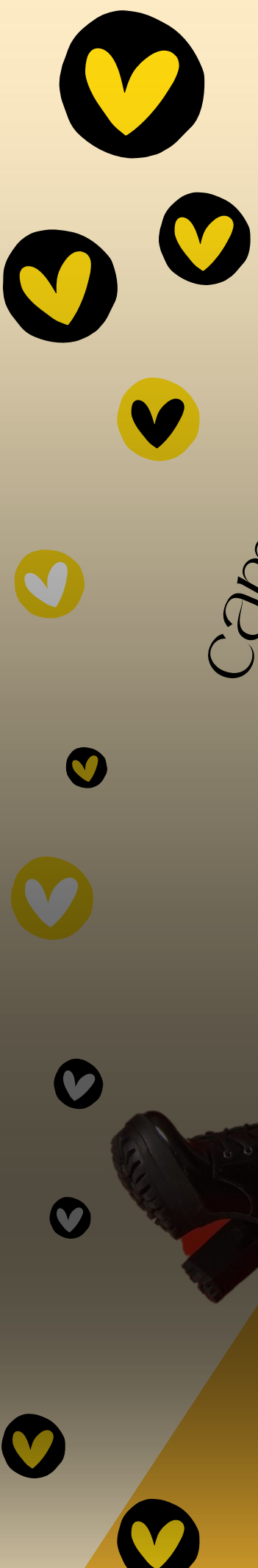
hola@grupothepulic.com

+52 156 2774 1902



campañas digitales

GESTIÓN INFLUENCERS





Cornelio Borda

“Nuestra marca grita amor por el Perú”, comenta con entusiasmo Renata García, la diseñadora y fundadora de Cornelio Borda.

Hoy en día, la marca tiene una mayor demanda en Estados Unidos, Suiza, Holanda y Alemania. En cuanto a su fabricación, la mayoría de las colecciones de calzado se realizan en el Perú.

“Utilizamos hilos que quedan como resto de la producción de vestimentas y los convertimos en lindas piezas como las alfombras que tienen en la parte superior los zapatos”, resalta.





Cecilia Fiorentini

Si hablamos de creatividad y salir de la zona de confort, los calzados de Cecilia Fiorentini son el mejor ejemplo.

Zapatos stiletos, sandalias, botines, botas y zapatillas son diseñados y confeccionados con mucha profesionalidad, ya que utilizan materia prima sostenible como el cuero de pescado de río: trucha, paiche y corvina. Por otro lado, la piel de alpaca resalta como el atractivo en varios de sus calzados.

“Nuestra misión es crear un calzado que no solo sea cómodo y exclusivo, sino también una extensión de la personalidad y el propósito de cada mujer que lo usa”, detalla Cecilia Fiorentini, diseñadora de la marca.





4. Harannow

Si hay algo que nunca pasará de moda es el denim. Desde diversos colores hasta metalizados, la mezclilla es una de las telas más populares de todos los tiempos.

La marca de jeans más resaltante del Perú Moda lleva por nombre Harannow, la cual tiene una experiencia de aproximadamente 10 años en el mercado local. Hasta la fecha, han realizado envíos a Bolivia, Ecuador y Chile. Pero ahora buscan expandirse hacia Panamá y Estados Unidos.

Nos inspiramos en diferentes modas y tratamos de adelantarnos a las tendencias. Por ejemplo, el formato Foil Denim recién va a pegar en el 2024 en el mercado local, pero nosotros ya lo tenemos desde finales del 2022”, sostiene Joel Chirinos, gerente general.





“La fibra de alpaca está siendo cada vez más valorada y las técnicas también, el que sea hecho a mano o tejidos es lo que le da un valor agregado”, asegura Lorena Romero, gerente de operaciones.

Urma

Urma significa 'la que deja belleza a su paso', y justamente ese es el mensaje que la marca busca transmitir en cada uno de sus productos.

Ofrece una variedad de bolsos y carteras que son elaborados con diferentes técnicas ancestrales y ecoprint. También están incursionando en la fabricación de prendas y cojines para decoración de lujo.



El evento más grande de moda en el Perú celebró sus 25 años al lado de grandes marcas nacionales.



EM
PRENDER



 Club de Empresas



**EMPRENDER
ES SENCILLO**

CLUBDEEMPRESAS.COM



La receta de la belleza interior

1. Anda con calma: dedica un momento del día a relajar tu mente y desconectarte de todo lo exterior.

2. Cultiva el silencio: cuando hay mucho ruido es muy difícil mirar hacia dentro. El silencio es una vía de contacto con tu yo real.

3. Escucha a tu cuerpo: pregúntate qué te está diciendo tu cuerpo cada día.

4. Vive las emociones: sean positivas o negativas, déjalas salir sin juicio alguno.

PILATES CONTRA EL ESTRÉS LABORAL



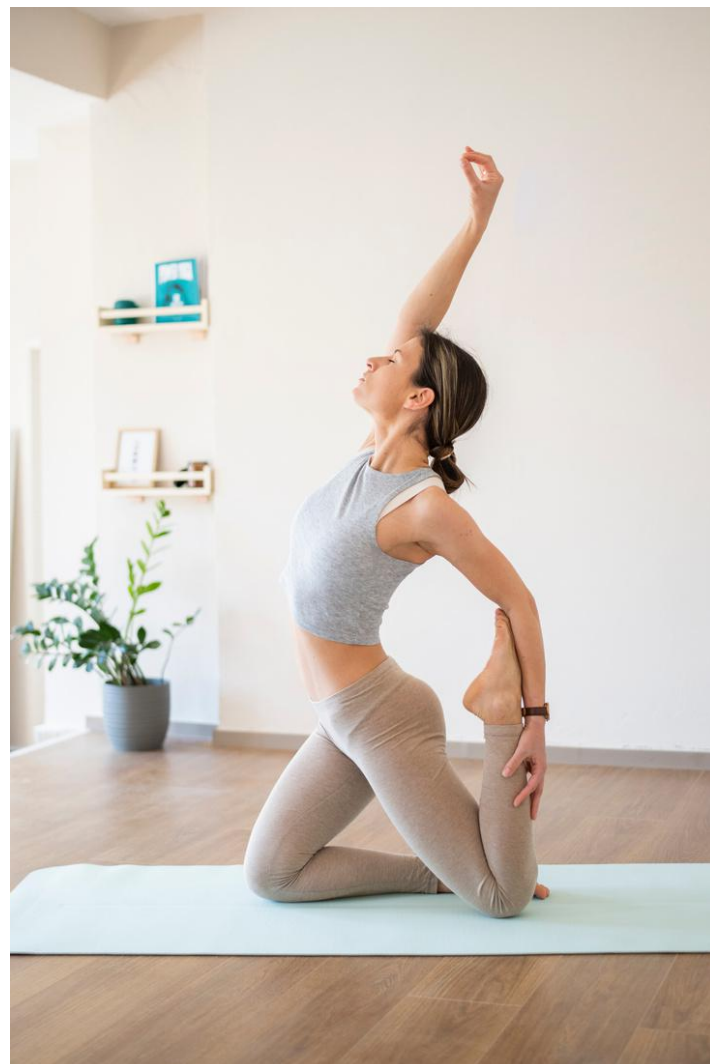
El pilates promueve la relajación mental y, a su vez, nos hace más productivos en el trabajo

E

l ritmo acelerado de la vida moderna, las demandas constantes en el trabajo y las largas horas frente a una pantalla pueden tener un

impacto significativo en la salud física y mental de los trabajadores.

En tal sentido, el pilates emerge como una disciplina valiosa para reducir el estrés laboral y mejorar la calidad de vida de los empleados. Helena Espinoza, fundadora de Pilates Perú, recomienda hacer pilates mínimo 3 veces a la semana entre 15 a 20 minutos, como un descanso en medio del horario laboral.



“Para una persona que está mucho tiempo en oficina, puedo recomendar el Pilates Mac y el Pilates Reformer”

Helena Espinoza, fundadora de Pilates Perú

En Pilates Mat, los ejercicios se trabajan con el peso de tu propio cuerpo y se realizan sobre una colchoneta. Mientras que, en el Pilates Reformer, la resistencia se crea a través de una máquina ideada para esta disciplina.

Los ejercicios involucran movimientos suaves y controlados que pueden llegar a liberar la tensión acumulada y calmar la mente.

“La actividad física proporciona una sensación de bienestar y relajación, ya que cuando nos ejercitamos, nuestro cuerpo libera endorfina que es una sustancia que produce placer y bienestar en el cerebro, durante y después del ejercicio”.

Fernando Malagón, médico general y medicina laboral.

A diferencia de otras disciplinas, como por ejemplo el yoga, el pilates es un método de acondicionamiento físico que fue pensado para que el cuerpo no solo se mantenga saludable, sino también funcional y activo.

“Utiliza la respiración, contracción, concentración, fluidez, sincronidad y tiene un poco de mindfulness”, agrega Espinoza.



Es así, que las personas que hacen ejercicio por lo menos dos o tres veces por semana son menos propensas a padecer depresión y ansiedad, y pueden tener un mejor estado de ánimo. “De acuerdo con algunos estudios, hacer ejercicio puede ayudar incluso a evitar la aparición de Alzheimer”, finaliza el médico.

Al invertir tiempo en esta práctica, los trabajadores pueden mejorar su salud general, reducir la tensión y aumentar su capacidad para lidiar con las presiones del trabajo. En última instancia, esto conduce a un ambiente laboral saludable con empleados más felices y productivos.



Cartera compacta
Piel de becerro graneada negra con firma CD Icon

CARTERA DIOR

CARTERAS HOMBRE

Men
fashion



Lona revestida Monogram Bleach Adornos de
piel de vacuno Forro textil

MULTIPLE WALLE LOUIS VUITTON



Billetara colgante Rockstud de cuero de becerro

BILLETERA COLGANTE VALENTINO

OUTLET
11/2023



Cartera repujada con pespuntos alcochados

CARTERA SAINT LAURENT PARIS

A close-up photograph of a sunflower, showing the dark brown center and the bright yellow petals. The lighting is warm and golden, creating a soft, glowing effect. The petals are in sharp focus, while the center is slightly blurred.

NR NucleoRural
Ideas que hacen florecer
agronegocios

nucleorural.com

La humanidad de un ángel

Influenciada por el romanticismo,
Fernanda Chacaliza se sumerge en las
profundidades emocionales del arte,
cautivando con su
enfoque íntimo y
expresivo.



ad



“ Quiero expresarme más allá del realismo, poder deconstruir un concepto y plasmarlo en la pintura para expresar lo que siento y pienso ”

Fernanda Chacaliiza es publicista, directora de arte y pintora emergente. Aunque siempre le atrajo el dibujo, hace poco más de medio año incursionó en la pintura. Su interés artístico la llevó a tomar un curso donde descubrió en ella un talento especial y desde entonces ha pintado algunos proyectos enfocados en el realismo.

Esta obra, que le tomó aproximadamente tres meses de trabajo, es un reflejo de sus influencias artísticas. Actualmente, se siente atraída por pintores como Caravaggio y se centra en el contraste entre luces y sombras para crear una intensidad emocional en sus composiciones.

La pintura, aunque sin nombre, es una muestra de la fuerte influencia del romanticismo, un movimiento

sumamente emocional y subjetivo. El ángel denota oscuridad y cansancio, contrario a lo que se podría esperar, asegura la joven pintora.

“Para mi es un ángel que conoce la incertidumbre, un ángel más humano”

Fernanda está decidida a seguir creciendo como artista y continuar explorando nuevas técnicas y enfoques en su trabajo.

A pesar de ser relativamente nueva en el mundo de la pintura, ya ha demostrado ser una fuerza fresca y emocionante.

Su capacidad para plasmar emociones a través del pincel, la convierten en una artista a seguir en los próximos años.



GRUPO EDITORIAL

THEPUBLIC

**SOMOS LA PUERTA
INDICADA PARA
ANUNCIAR TU
PRODUCTO**

Ventas
+521 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com



GRUPO EDITORIAL
THEPUBLIC

**A
N
U
N
C
I
A
T
E**



**Vivir
tec**

**Lobe
Mark**



**PLANETA
EN VERDE**

Cobertura Noticiosa

Club de Empresas

Ejecutivo POWER

CON PODERES

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR Nucleo Rural

Con Styling.

MEGAMETROPOLI

Equipo comercial

+521 56 2774 1902

hola@grupothepublic.com