

ENERO 2024

THE PUBLIC

N.º 5



ENTREVISTA

HUMBERTO POLAR

TECNOLOGÍA

INNOVACIÓN AL
SERVICIO DE LA
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

TENDENCIAS

EXPECTATIVAS
LABORALES 2024

MEDIO AMBIENTE

CAMBIO CLIMÁTICO:
UNA REALIDAD
PALPABLE

EDICIÓN ANTERIOR



¡[Entrevista al co-ceo Mario Miranda y mucho más!](#)

Directora
Nayla López

Editora
Estefani Rodríguez

Redactores
Kory Nacif
Pilar Astupiña
Esperanza Aguilera

Dirección de arte
Andrea García

Desarrollo y Tecnología
Pierre Santos

ÍNDICE

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



6 MIAMI: NUEVAS OPORTUNIDADES PARA INVERTIR EN EL SECTOR INMOBILIARIO

La oferta de propiedades en el distrito financiero de Brickell, Florida, se presenta como un destino ideal para la inversión.

CLUB DE EMPRESAS

12 3 HABILIDADES CLAVE PARA DESTACAR EN EL MUNDO LABORAL

Este nuevo año estará marcado por la persistente búsqueda de desarrollo profesional de los colaboradores.



VIVIR TEC



16 TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA DIVERSIDAD FUNCIONAL

La tecnología se convierte en un aliado fundamental para derribar barreras y promover la inclusión en la vida de personas con discapacidad.

NUCLEO RURAL



20 HIDROPONÍA: UNA ALTERNATIVA PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

La hidroponía surge como una solución sostenible ante el crecimiento poblacional y los impactos del cambio climático.

ESPECIALES

24 ADIÓS A LOS TÍTULOS: EL CAMBIO EN LA CONTRATACIÓN DEL 2024

Inteligencia artificial, inclusión generacional y sostenibilidad serán las tendencias laborales en 2024.



ENTREVISTA EXCLUSIVA

28 HUMBERTO POLAR:
Uno de los 25 mejores creativos del mundo. Humberto Polar nos traslada por su exitosa carrera, su campaña del momento y nos abre las tendencias creativas para 2024.



TABLA DE CONTENIDOS

LOBEMARK



32 **DESIGN THINKING Y SU ÉXITO EN EL MARKETING MODERNO**

Este proceso impulsa la creatividad y crea experiencias únicas, basándose en el conocimiento integral del consumidor.

MEGAMETROPOLIS



44 **DE PARÍS A MÉXICO: UNA VENTANA ÚNICA AL ESPLENDOR DE NOTRE DAME**

La exposición del Museo Franz Mayer recrea la icónica Catedral de Notre Dame a través de la realidad aumentada.

SEÑOR NOTICIA

36 **LA EDUCACIÓN MULTICULTURAL CONSTRUYE SOCIEDADES EMPÁTICAS**

Integrar la diversidad en la educación es esencial, pues es la base para la construcción de la formación humana.



CONPODERES



50 **OBRAS QUE CAPTAN LA ESENCIA DE LA IMAGINACIÓN Y LA REALIDAD**

Desde trazos vibrantes hasta detalles meticulosos, descubre el universo de César Alvarez, donde la creatividad se entrelaza con la maestría pictórica.

PLANETA EN VERDE



40 **CARRERA CONTRA EL TIEMPO: EL CAMBIO CLIMÁTICO CADA VEZ MÁS PALPABLE**

El calentamiento global ya no es una amenaza abstracta; es una realidad que requiere una respuesta urgente y un compromiso global.

CONSTYLING

56 **BODAS QUE DEJAN UNA HUELLA POSITIVA**

Desde vestidos sostenibles hasta decoraciones reutilizables, las bodas ecológicas están cambiando la forma en que decimos: "sí, acepto".



EDITORIAL



Estefani R.

Con el amanecer de un nuevo año, se abre ante nosotros un lienzo en blanco lleno de promesas y oportunidades. El 2023 deja un entorno laboral con una marcada evolución de la tecnología y las dinámicas económicas, por lo que es preciso revisar las expectativas laborales que serán tendencia en los próximos meses.

En esta ocasión, nos acompaña en la portada Humberto Polar, uno de los publicistas más importantes de la región y ganador de varios *Cannes Lions*. Desde su posición como socio y director creativo de la agencia The Juju, nos comparte los principales retos a enfrentar este 2024 en el rubro publicitario.

En el ámbito de la innovación, presentamos a la Fundación Romper Barreras, quienes están trabajando para fomentar y promover el uso de la tecnología para personas con discapacidad. Mientras que el cambio climático nos lleva a reflexionar sobre las consecuencias cada vez más palpables del calentamiento global.

Al cruzar la puerta hacia este nuevo tiempo, nos llevamos la sabiduría ganada en el viaje anterior, y recibimos los nuevos desafíos con alegría y determinación.

¡Bienvenido 2024!

MKT
DIGITAL

CAMPAÑAS
SEO & SEM

Resultados comprobables

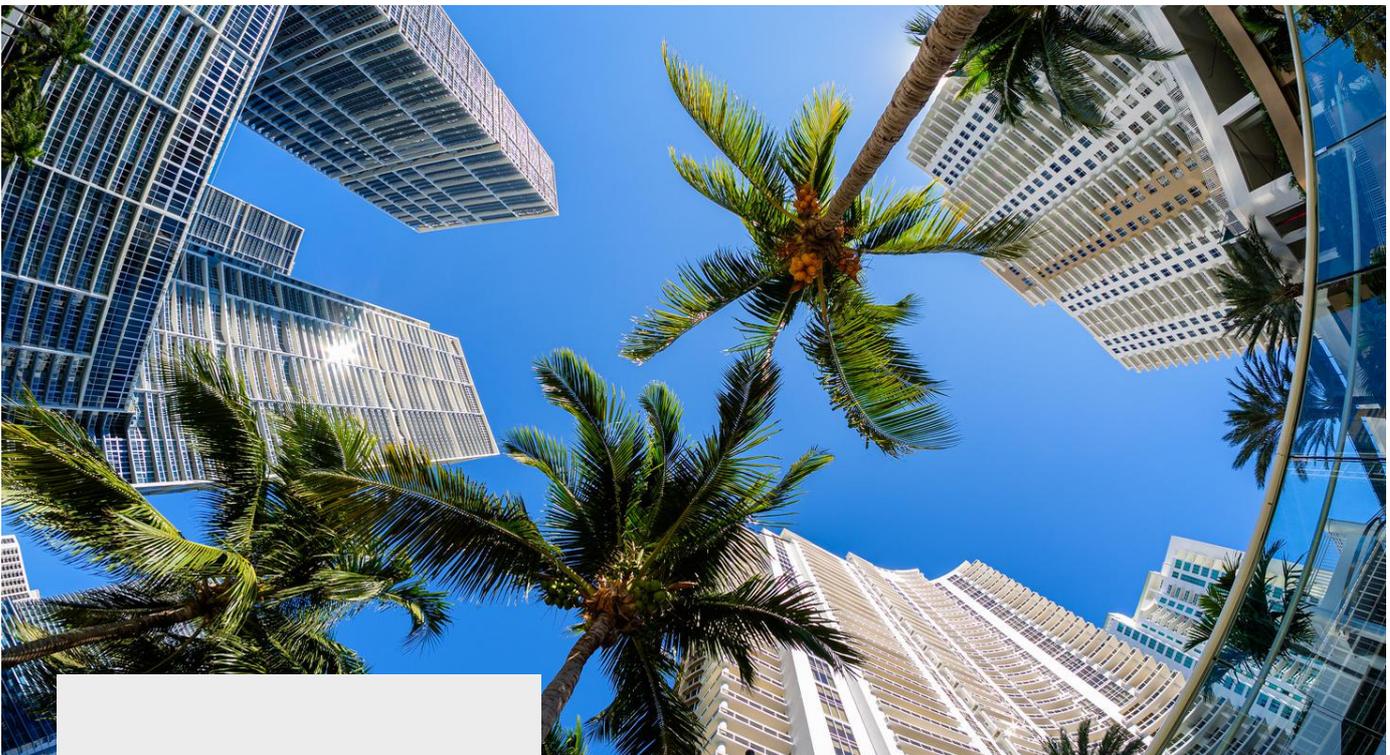
+52 1 56 2774 1902

www.grupothepublic.com



MIAMI: NUEVAS OPORTUNIDADES PARA INVERTIR EN EL SECTOR INMOBILIARIO

Escrito por: Estefani Rodriguez



La oferta de propiedades en el distrito financiero de Brickell, Florida, se presenta como un destino ideal para la inversión.

L

os fondos de inversión en el sector inmobiliario son una vía eficiente para participar en el mercado de bienes raíces. Estos vehículos proporcionan

beneficios de diversificación, liquidez y acceso a oportunidades de inversión gestionadas por profesionales, una opción atractiva para aquellos que buscan aprovechar el potencial de crecimiento y estabilidad del sector vivienda.

Core Capital SAF, sociedad peruana administradora de fondos en el sector inmobiliario, que acaba de celebrar la exitosa liquidación de tres de sus fondos de inversión (Praedium, Performance y Fondo Edifica Core), ha dado un salto hacia Estados Unidos, donde la migración hacia el mercado inmobiliario de Miami se revela como una tendencia atractiva para inversionistas peruanos.

El lanzamiento del Fondo Edifica Global (FEG) permite inversiones desde USD 10,000, ofreciendo una rentabilidad estimada entre el 11 y el 15%.

“Lanzamos el proyecto en mayo del año pasado y a la fecha tenemos más de 207 inversionistas en el fondo, un patrimonio administrado de cerca de 30 millones de dólares”

Mauricio Grieve,
gerente de fondos de Core Capital SAF



En la actualidad, los ciudadanos que viven en diferentes estados de EE. UU. se están mudando a Miami, ya sea por beneficios tributarios, oportunidades laborales, clima, trabajo remoto, entre otras razones.

“En Miami hemos encontrado un nicho en el cual nos estamos especializando y haciendo los ajustes correspondientes en proyectos, a fin de tener el precio más bajo en todo Brickell. Esta es una gran ventaja porque no hay muchas propiedades y las que hay tienen precios muy elevados”

Luis Marcelo Indacochea,
gerente general adjunto de Core Capital SAF



Cabe señalar, que estas propiedades son departamentos que cuentan con los servicios clásicos de hotelería para atender la demanda de personas que viajan a Miami con fines de negocios o turismo.

“La idea es que la gente se quede desde una semana hasta tres meses. Los edificios tienen valet parking, lobby con entretenimiento, tienda de conveniencia, espacios de coworking, gimnasio, áreas verdes, entre otros”, menciona Indacochea.



Luis Marcelo Indacochea,
gerente general adjunto de Core Capital SAF

Es así, que el propietario que compra el departamento puede usarlo cuando se encuentre en la ciudad, ya sea por vacaciones o por trabajo; y en caso contrario, cuando no esté, la propiedad temporalmente se estará rentando y, con ello, generando ingresos.

“Para el 2024, estimamos que las tasas de interés deberían empezar a bajar. Desde Core Capital creemos que el próximo año va haber un pequeño brote, a pesar de que el 2023 ha sido un buen año para el sector inmobiliario después de un gran receso”

Core Capital en cifras:

- Los Fondos Performance, Praedium y Fondo Edifica Core, que se iniciaron entre 2017 y 2019, generaron retornos anuales de hasta 12% en dólares para sus inversionistas.
- Con estos fondos, la compañía logró brindar a sus más de 200 clientes tasas de retorno de 7.2%, 8.9% y 12% en dólares, respectivamente.
- Mediante el Fondo Edifica Global, continuarán impulsando a más peruanos a invertir en el mercado inmobiliario de Miami desde USD 10,000.



NEGOCIOS RENTABLES

PARA IMPLEMENTAR EN 2024



Elaborado por: Pilar Astupiña

1
2
3
4
5
6

Comida

Alimentos saludables y no procesados, con enfoque en delivery o dark kitchens.



Mascotas

Desde alimentos hasta cuidado y adiestramiento.



Ropa

Vender a través de tiendas virtuales y presencia en redes sociales.



Educación en línea

Con bajos costos iniciales y sin necesidad de infraestructura física.



Ecofriendly

Emprendimientos de productos y servicios ecológicos comprometidos con el medio ambiente.



Artículos deportivos

Consejos de entrenamiento personalizados junto con la venta de artículos para deportes.



3 HABILIDADES CLAVE PARA DESTACAR EN EL MUNDO LABORAL

Este nuevo año estará marcado por la persistente búsqueda de desarrollo profesional de los colaboradores.

Escrito por: Esperanza Aguilera



El 2024 se perfila como un período de transformación significativa en el ámbito laboral, caracterizado por cambios sustanciales tanto para las empresas como para los trabajadores. En el segundo caso, la tendencia señala un horizonte laboral donde la adaptabilidad y el crecimiento personal serán elementos clave para afrontar los desafíos que se presentarán en este nuevo panorama.

De acuerdo con el motor de búsqueda de empleo en línea, Indeed, la tasa de cambios de empleo se mantendrá en 2.3%. Ante esta estimación, a continuación te mostramos los aspectos clave que deben considerar los colaboradores para afrontar los cambios en la búsqueda de nuevos empleos.

1. Branding personal

La construcción de una marca personal se ha convertido en un elemento crucial en el proceso de contratación.

"Los reclutadores buscan que las personas que vayan a contratar tengan una marca personal sobre la cual amparar al contratado"

Adolfo Corona, maestro en dirección financiera e investigador en la Universidad Nacional Autónoma de México

En la era de la tecnología, plataformas como LinkedIn forman parte esencial para una contratación exitosa. Según datos de la misma red social, el 87% de los reclutadores verifican regularmente la información de las redes antes de contratar a una persona.

2. Inteligencia artificial

La automatización creciente en el ámbito laboral hace que la habilidad de realizar tareas que la inteligencia artificial (IA) no puede llevar a cabo sea cada vez más valiosa. Según Corona, **"la tendencia es ser capaz de hacer algo que la IA no hace, demostrar que sabes usarla como herramienta, pero que puedes ir más allá"**.



Adolfo Corona, maestro en dirección financiera e investigador en la Universidad Nacional Autónoma de México

"El pensamiento flexible y la capacidad cognitiva emergen como habilidades altamente demandadas. La destreza de interpretar la información digital, tomar decisiones y adaptarse a entornos cambiantes se convierte en activos esenciales ante la inteligencia artificial"

Ivonne Vargas, experta en capacitación y autora del *best seller* *Contrátame*



3. Learning ability

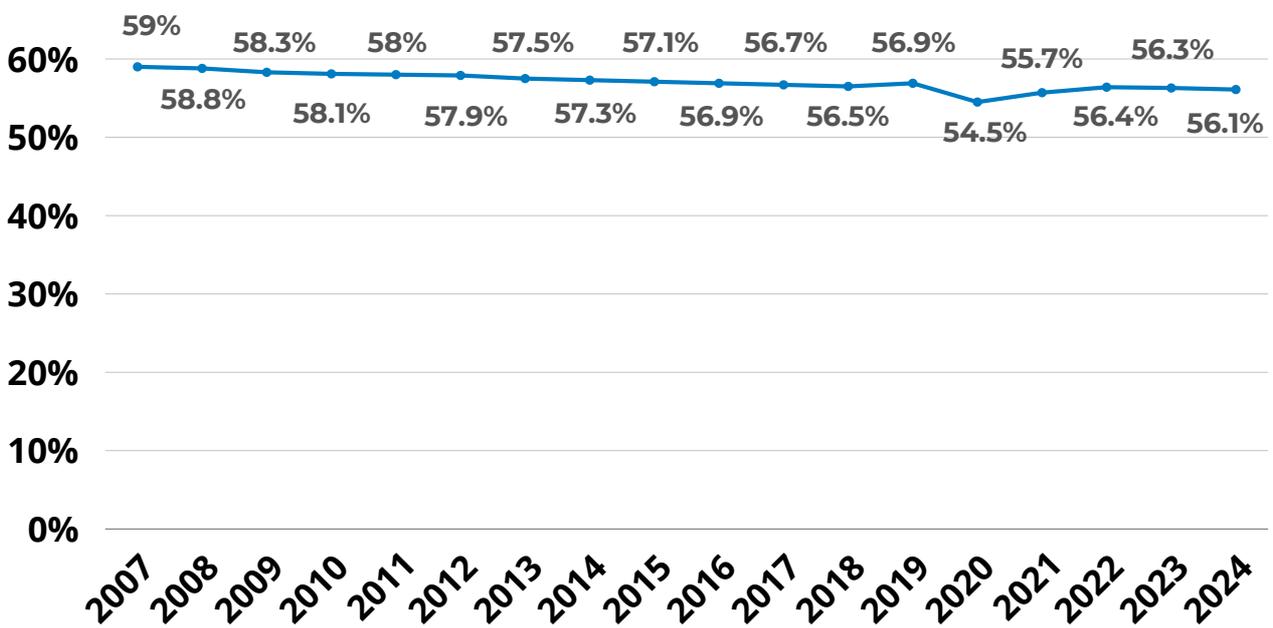
La aptitud de **"aprender a aprender"**, conocida como *learning ability*, se consolida como una competencia esencial, de acuerdo a Vargas. Esta habilidad, tipificada por algunas bolsas de empleo, refleja la disposición para prepararse y aprender constantemente sobre nuevas tecnologías y conocimientos.

"Un punto importante del desarrollo profesional está directamente ligado a la formación y capacitación de habilidades técnicas y *soft skills*. La disponibilidad de conocimiento no la marca la empresa, sino que ahora es imperante que los colaboradores opten por su propia formación", concuerda Corona.

Este año será testigo de una transición laboral marcada por la persistente búsqueda de desarrollo profesional. Por supuesto, la clave para el éxito radica en la autodeterminación y la capacidad de adaptarse a un entorno en constante evolución por la tecnología.

TASA DE EMPLEO A NIVEL MUNDIAL DESDE 2007 HASTA 2024

Personas con edad para trabajar que participaron en algún tipo de actividad de producción de bienes o servicios con el fin de adquirir un sueldo o algún tipo de beneficio financiero.



La estadística muestra la tasa mundial de empleo desde 2007 hasta 2021, así como una serie de previsiones hasta 2024. La tasa global de empleo presentó una tendencia decreciente durante todo el periodo observado, situándose por debajo del 57% a partir de 2016. Las previsiones apuntan a descenso progresivo y continuado de este ratio a corto plazo, aunque manteniéndose siempre en torno al 57%.

Fuente: Statista

EM
PRENDER

 Club de Empresas

**EMPRENDER
ES SENCILLO**

CLUBDEEMPRESAS.COM

TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA DIVERSIDAD FUNCIONAL

Escrito por: Esperanza Aguilera



La digitalización en nuestra sociedad ha demostrado que la brecha de la inclusión persiste como un desafío crucial. A medida que la tecnología se convierte en un eje central de nuestras vidas, las personas con dis-

capacidad enfrentan obstáculos considerables para acceder y participar plenamente en este entorno.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), más de mil millones de personas en todo el mundo viven con alguna discapacidad, siendo cerca de 200 millones quienes enfrentan grandes dificultades en su vida diaria.

La tecnología se convierte en un aliado fundamental para derribar barreras y promover la inclusión en la vida de personas con discapacidad.

Aunado a esto, un informe de la fundación Adecco reveló que el 32% de las personas tiene problemas de accesibilidad a la tecnología por la falta de adaptabilidad a su discapacidad. Además, el 42% no logra comprender la funcionalidad de la tecnología porque en su educación no ha sido prioridad su enseñanza.

Así pues, surge la necesidad de un doble esfuerzo: por un lado, preparar a las personas con discapacidad en el uso de la tecnología y, por otro lado, desarrollar soluciones tecnológicas que eliminen las barreras existentes, garantizando una participación equitativa en la era digital.

Ante esta realidad, la tecnología de apoyo debe ser un objetivo prioritario. Estas tecnologías buscan mejorar la calidad de vida y autonomía de las personas, incluyendo desde ayudas simples, como bastones y amplificadores auditivos, hasta soluciones más avanzadas, como *software* de reconocimiento de voz y dispositivos de comunicación alternativos.



En este contexto, la Fundación Romper Barreras trabaja en fomentar y promover el uso de la tecnología para superar obstáculos relacionados con las discapacidades; además de formar sociedades inclusivas, involucrando activamente a profesionales, familiares y entornos educativos.

“Buscamos democratizar el acceso a la tecnología de apoyo. No solo por el lado de los costos, sino que más personas conozcan lo que es esta tecnología y cómo funciona, tanto quienes tienen la discapacidad como el entorno en general”

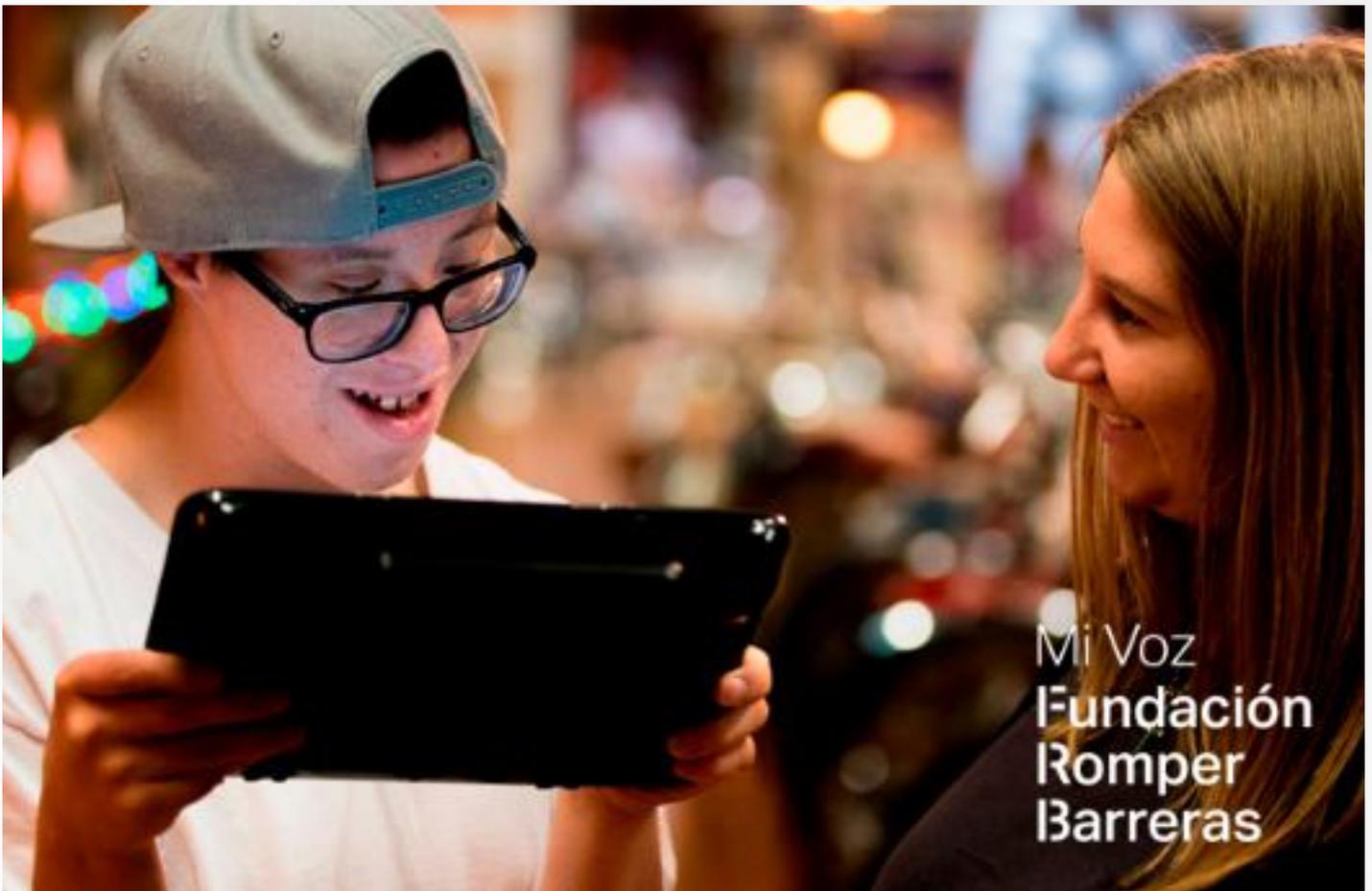
Licenciada Ainhoa Moran, miembro del patronato de la Fundación Romper Barreras



Eventos como **“Premios Romper Barreras”** reconoce la utilización de la tecnología para la autonomía, desde la perspectiva de la misma persona con discapacidad. Asimismo, proyectos como **“Mi voz”**, integran voces infantiles en comunicadores dinámicos para que los niños con discapacidades del habla puedan sentirse más identificados consigo mismos.

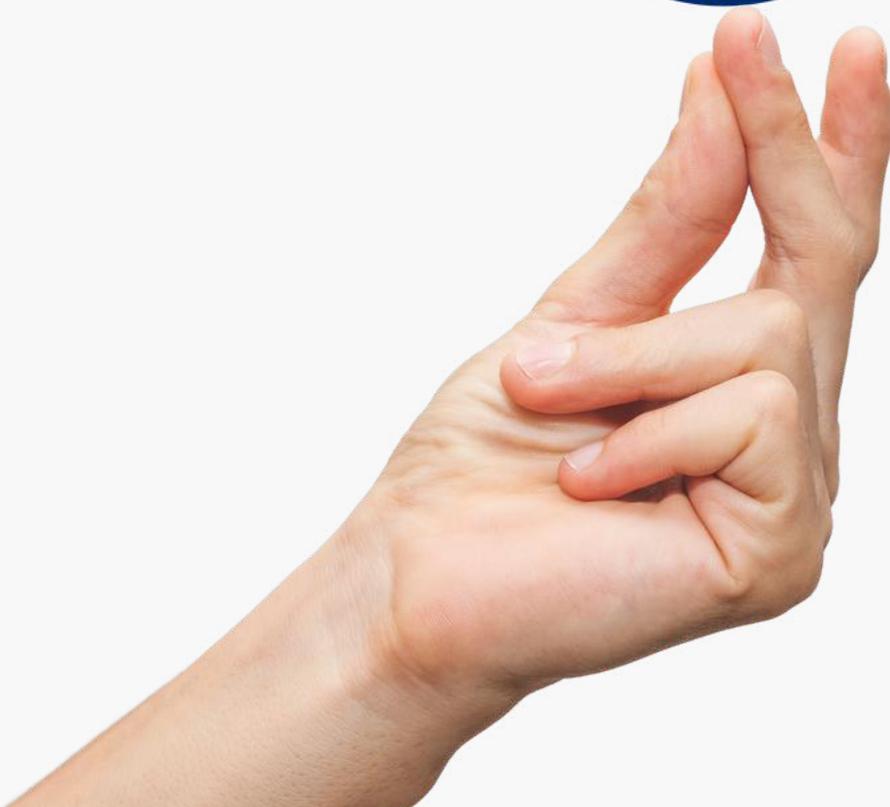
“Más allá del poco apoyo de la administración pública y los costos, uno de los obstáculos más grandes es dar a conocer la tecnología de apoyo. Los medios no están interesados en hablar de discapacidades, por lo que la gente no conoce ciertamente la problemática ni cómo abordarla”

Superar estos desafíos requiere un enfoque integral que abarque desde la infraestructura tecnológica hasta la educación y la concientización social. Solo mediante esfuerzos colaborativos en todas las esferas de la vida, que involucre lo personal, lo educativo y lo laboral, se podrá alcanzar la igualdad de oportunidades y contribuir al fortalecimiento de la autonomía y dignidad de las personas con discapacidad.



negociosparanegocios.com

**Tu negocio crecerá
así de rápido**





HIDROPONÍA: UNA ALTERNATIVA PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

La hidroponía surge como una solución sostenible ante el crecimiento poblacional y los impactos del cambio climático.

Escrito por: Esperanza Aguilera

La seguridad alimentaria se ha convertido en un desafío apremiante. El aumento de la población mundial y los impactos del cambio climático que afectan a la producción agrícola, llevan a la preocupación de no poder satisfacer las demandas de nutrición y a la necesidad de construir un futuro sostenible.

De acuerdo con estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la población actual ha alcanzado las 8,000 millones de personas y se prevé que para el 2050 esta cifra se eleve a los 9,700 millones, de los cuales 660 millones sufrirán pobreza alimentaria.

Es importante mencionar que el calentamiento global influye en los patrones meteorológicos, provocando olas intensas de calor, lluvias y sequías, lo que también afecta fuertemente a la agricultura. Por ello, el desafío actual implica diseñar estrategias que permitan garantizar el acceso a alimentos en un contexto de recursos limitados.

Ante esta realidad, la hidroponía emerge como una innovadora alternativa agrícola que podría contribuir significativamente a abordar esta problemática. Este es un método de cultivo sin suelo que utiliza soluciones nutritivas para suministrar directamente los nutrientes esenciales a las plantas, permitiendo un crecimiento más eficiente y controlado.

La solución es mineral y se compone por concentraciones de potasio, magnesio, fósforo, entre otros. Su versatilidad permite la incorporación de compuestos orgánicos como harina de pescado, restos de madera o incluso algas marinas, enriqueciendo aún más el entorno nutricional.

“Una de las principales ventajas de la hidroponía es que aprovecha un 90% más del agua en comparación con cultivos tradicionales. Además se tiene un mayor control de las plagas, por lo que se puede evitar el uso de pesticidas de alta toxicidad”

Kevin Gutierrez, ingeniero de proyectos de Hidroponía Industrial



Tomate, Ing. Bonila - Bogotá

Según datos del Banco Mundial, globalmente el 71% del agua dulce que se extrae se utiliza para la agricultura, y América Latina es una de las regiones que más destina recursos hídricos a esta actividad.

Un dato importante es que la hidroponía, al no requerir grandes extensiones de terreno, puede ser instalada en sistemas de cultivo vertical en edificaciones urbanas, aprovechando eficientemente el espacio disponible.

La experiencia con el método hidropónico ha demostrado que se puede cultivar casi todo tipo de plantas. Verduras como coliflor, apio, lechuga; además de frutas y hortalizas como fresa, uva, frambuesa, zanahorias y cebollas, resultan especialmente rentables.



Frutillas, Vista general - Mar del Plata



Sin embargo, uno de los principales obstáculos a superar es la correcta automatización de los sistemas hidropónicos. Pues mínimos detalles como una mala conductividad o medir incorrectamente los nutrientes pueden afectar irremediablemente a un cultivo completo, por lo que muchos productores deciden llevar este proceso manualmente, explica Filippetti.

Seguir trabajando en la investigación y el desarrollo de esta tecnología es esencial para garantizar la seguridad alimentaria, bajo aspectos clave como la disponibilidad, el acceso y el aprovechamiento de recursos.

Alrededor del mundo, países como Holanda y China han avanzado considerablemente en este aspecto. En Latinoamérica, el costo inicial de la implementación de estos cultivos es alto, pero la aceptación en el mercado agrícola es cada vez mayor y más necesaria, asegura Gutierrez.

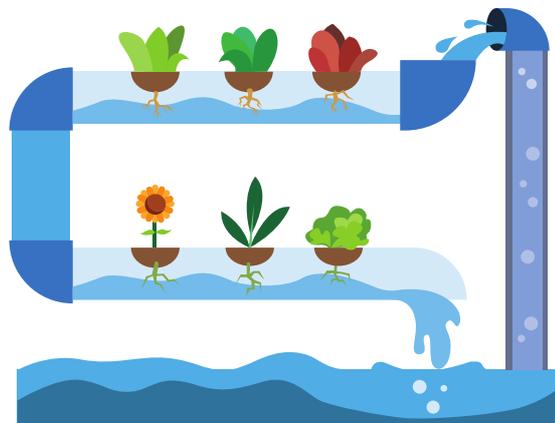
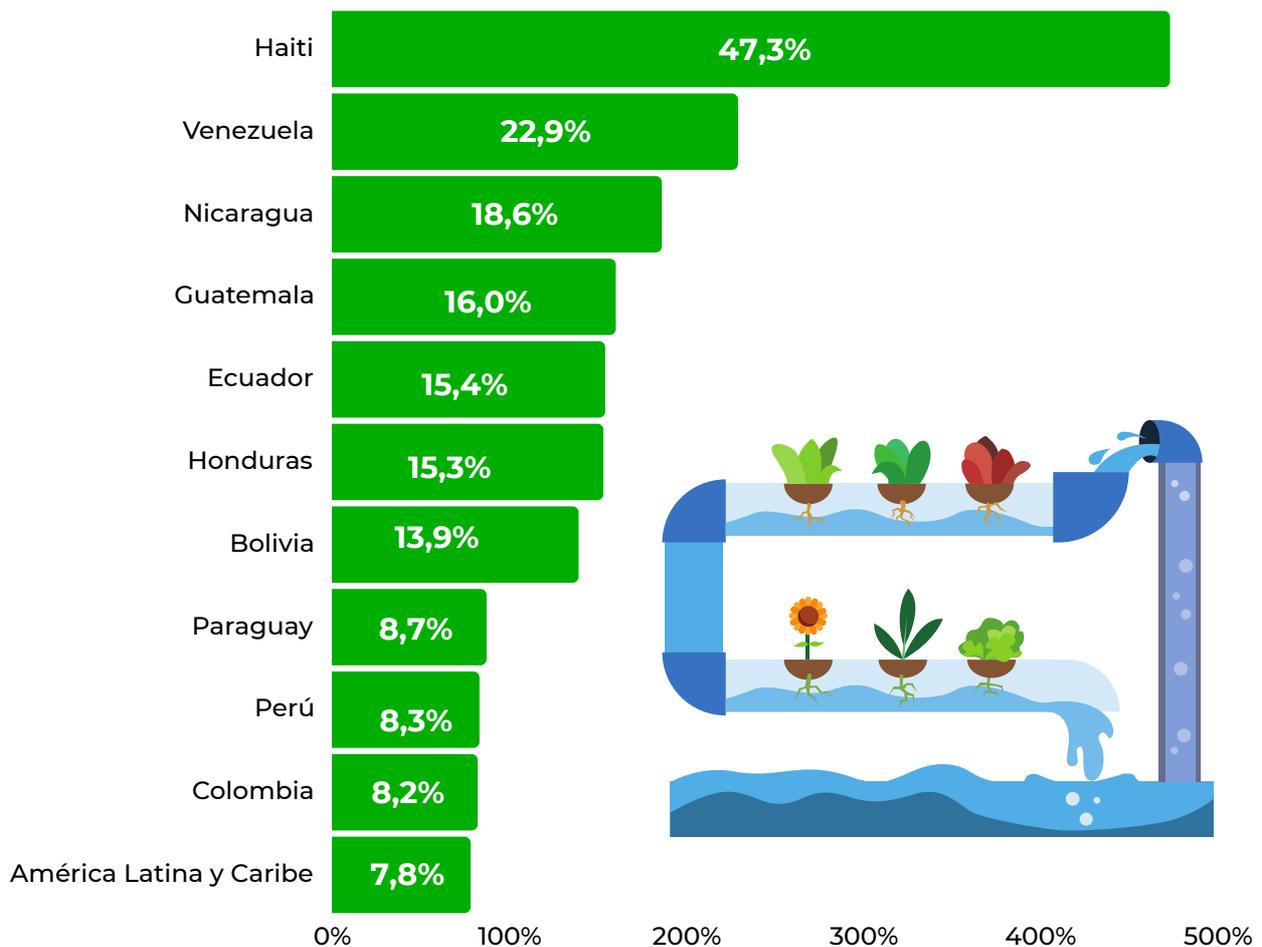
Fernando Filippetti, Chief Operation Officer de Hidroponia FIL, concuerda al mencionar: **“aunque aún se encuentra en desarrollo, la hidroponía tiene potencial en el futuro de Latinoamérica. Estamos cerca de un punto de quiebre donde cada vez más países utilizarán esta tecnología”**.



Proyecto mas reciente 1400m2 (Cannabis, Pcia de BuenosAires)

LA SUBALIMENTACIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Países de la región con mayor porcentaje de subalimentación



*Población estimada cuyo consumo habitual de alimentos es insuficiente para mantener una vida activa y saludable entre 2019 y 2021.

Fuente: FAO

Fuente: Statista

ADIÓS A LOS TÍTULOS: EL CAMBIO EN LA CONTRATACIÓN DE 2024

Inteligencia artificial, inclusión generacional y sostenibilidad marcan las tendencias laborales para este nuevo año.

Escrito por: Kory Nacif



Justo en el momento de los cierres y planificaciones, las organizaciones ven llegar como una “moda” las predicciones de empleabilidad que, como cada año, se van actualizando y modificando. Este 2024, tanto empresas como colaboradores enfrentan mayores retos para poder conformar ambientes laborales satisfactorios para ambas partes.

De acuerdo con una encuesta realizada por la consultora Gartner, este año gran parte de las organizaciones incluyó en su lista de prioridades el desarrollo de líderes y directivos, así como la cultura organizativa, la tecnología de Recursos Humanos, la gestión del cambio y la gestión de la movilidad interna.

En este contexto, los expertos en empleabilidad predicen algunas transformaciones que ciertamente configurarían el mercado laboral para el año que comienza. Las cinco principales son:

1. Contratación basada en competencias

Los días en que el título universitario era el activo más valioso para el currículum podría llegar a su fin. Cada vez más empresas se están sumando a la idea de que si se tienen las habilidades necesarias, la persona ya es apta para el trabajo. Esto no significa que no se tomen en cuenta las aptitudes académicas, sino que estas no serán un parteaguas para la contratación.

“La capacidad de innovación, la resolución de conflictos y la tolerancia a los problemas, son algunas de las competencias que los reclutadores buscan entre cientos de perfiles, en los que los conocimientos teóricos necesarios para una actividad laboral son muy similares”, resalta Ivonne Vargas, experta en capacitación y autora del *best seller Contrátame*.



2. Automatización e inteligencia artificial

Hasta hace algunos años, la inteligencia artificial (IA) estaba desvinculada de la parte de carrera o de empleo. No obstante, según Manpower, a la fecha, 2 de cada 10 empresas utilizan herramientas de IA para la retención y contratación de talento. Además, las redes sociales y las plataformas especializadas son los principales medios para la atracción de nuevos colaboradores.

“El ámbito de los negocios, así como la comprensión de los mercados y de los clientes, tienen que ver en la actualidad con la inteligencia artificial. De manera que, como lo han referido diferentes universidades, el computational thinking o pensamiento crítico digital, será una de las competencias más solicitadas en los próximos 10 años”, continúa Vargas.

3. Retención y capacitación de la fuerza laboral

El hecho de capacitar a la fuerza laboral es algo que siempre va a ser rentable para el negocio y para los propios colaboradores, en términos de su desempeño, del ambiente laboral y de la motivación de permanecer en un lugar de trabajo.

“Una cuestión importante para las organizaciones es saber cómo les gusta aprender y recibir el conocimiento a sus trabajadores, ya que no todos funcionan de la misma manera o responden con la misma motivación”, explica la experta.

Dentro de un plan de vida y carrera, un colaborador que recibe una nueva habilidad se siente motivado. **“Esto es parte de ese salario emocional que no siempre tiene que ver con el salario neto o bruto de la compañía”**, agrega.

4. Diversidad e inclusión

Ante la previsión de que la Generación Z constituirá el 23% de la fuerza laboral en el mundo para este 2024, resulta trascendente para las organizaciones abordar aspectos como la inclusión de género y la gestión intergeneracional.

De acuerdo con Deloitte, a nivel mundial, 19.7% de los puestos directivos están ocupados por mujeres, lo que refleja un aumento de 2.8% desde 2019. Según analistas, este año se comenzará a premiar a aquellas trabajadoras que tengan entre los 45 y 65 años de edad, pues ellas son las que se encargaron de romper **“el techo de cristal”** en el ámbito laboral.

5. Sostenibilidad y responsabilidad social

La conciencia de reducir el impacto en el medio ambiente está transformando la demanda laboral en áreas como gestión ambiental, energía renovable y responsabilidad social corporativa.

Este nuevo año se verán más empresas comprometidas con el cambio climático, con reducir su huella de carbono y conservar los recursos naturales. También más compañías involucradas con su comunidad, iniciativas locales y desarrollo económico.

Si bien, estas son las principales tendencias que las organizaciones vislumbran en el mercado laboral, dichas pautas pueden variar en función de factores como las condiciones económicas, la incorporación del desarrollo tecnológico, así como las políticas públicas en la región.



5 CLAVES PARA LA GESTIÓN DEL TALENTO

1

Oportunidades de crecimiento

Capacita a tus colaboradores para que adquieran nuevos conocimientos y habilidades.

2

Comunicación horizontal

Practica la cordialidad y el respeto, sin restricciones jerárquicas o temáticas.

3

Trabajo en equipo

Construye un buen clima laboral promoviendo el *team building*.

4

Horarios flexibles

Apuesta por el trabajo híbrido o teletrabajo.

5

Incentivos no económicos

Además de una remuneración competitiva, considera beneficios como seguro médico, guardería, reconocimientos, etc.

HUMBERTO POLAR

**“HOY LA CREATIVIDAD
HACE LA DIFERENCIA EN
LOS NEGOCIOS”**

Escrito por: Estefani Rodriguez

Uno de los 25 mejores creativos del mundo. Humberto Polar nos traslada por su exitosa carrera, su campaña del momento y nos abre las tendencias creativas para 2024.





D

ueño de una mente prolífica que descolla en el arte y la publicidad. Humberto Polar, uno de los publicistas más importantes de la región y el 7.º mejor creativo del mundo

de 2014, según la revista Business Insider, se ha convertido en una figura relevante por ser un estratega creativo que observa a la sociedad para construir marcas que dejen huella.

Con 38 años inmerso en la publicidad y siendo uno de los pocos creativos en ganar *Cannes Lions* desde tres países diferentes, obteniendo para Colombia el primero en su historia, ha contribuido a la reputación creativa de importantes marcas en agencias como Lowe-SSP3 (Colombia), Lowe Latam (México), FCB Mayo (Perú), y Grey México. Actualmente es socio fundador y Chief Creative Officer de The Juju México y presidente del Círculo Creativo de México.

Su filosofía lo ha llevado a estructurar una sólida cultura creativa en The Juju: **“como equipo somos rigurosos en la calidad creativa, pero también en la estrategia profunda y la integración. No entendemos las diferencias entre digital, no digital, offline y online, ya que si observamos, al final, todos son puntos de contacto y de ideas que deberían convertirse en grandes propuestas en cualquier medio que se elija para llevar a cabo una campaña”**, comenta.

En la publicidad donde el ingrediente masculino ha sido a lo largo de los años preponderante, Humberto sabe que apostar por el liderazgo femenino en puestos clave es parte de una fórmula efectiva, en donde, por ejemplo, su departamento creativo está compuesto prácticamente solo por mujeres.

Voz para los derechos humanos

Uno de los temas con mayor impacto en las personas es el social, es así que The Juju recibió el encargo de Amnistía Internacional de llevar a cabo la campaña “Derechos con Voz”, en el marco de la conmemoración por el 75.º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Esta campaña ha dado vida a 30 canciones que buscan crear conciencia ante una realidad preocupante: la falta de conocimiento y compromiso con los derechos humanos. **“Le pedimos a 30 artistas que compongan 30 canciones cada una con un derecho. La premisa es haber utilizado TikTok para que los jóvenes entiendan de qué van los derechos y cuántos son”**, explica el director creativo.

El hashtag #DerechosConVoz está disponible en TikTok, y ha logrado una rápida viralización entre las nuevas generaciones a nivel mundial. “A veces la publicidad social nos deja buenas lecciones que se pueden llevar a la publicidad comercial”, destaca.

A solo cinco días del lanzamiento se generaron en la plataforma 340,000 views orgánicos y, en pocas horas, la conversación se viralizó desde México a todo el mundo, impactando a *influencers* y usuarios en su dinámica al generar contenido con canciones hechas a partir de los derechos humanos.

Predicciones para 2024

Uno de los desafíos más importantes en la publicidad es **la atención**. “La publicidad no es algo que se busca, pero hoy puedes tener toda una plataforma de entendimiento sin publicidad por un precio realmente accesible, esto hace que la poca atención que había hacia la publicidad sea mayor. Entonces, la creatividad es la única manera y tienes que ser creativo para que logres superar la indiferencia de la gente y así construir una marca”, señala.

La **inteligencia artificial** (IA) ha pasado a ser rápidamente una herramienta importante para el rubro publicitario, sobre todo en dos aspectos. Por un lado, la cantidad de datos que se puede analizar con la IA se da a una





La **creatividad** es un capítulo siempre presente en esta profesión y Humberto, así lo visualiza: “antes podíamos incorporar más pauta o más presencia, pero lo que se está pidiendo ahora es un nivel de creatividad más alto. Durante mucho tiempo la publicidad fue algo opcional, pero hoy se ha convertido casi en una obligación”, enfatiza.

“El salto que vamos a experimentar cada vez en cuanto a la productividad debido a la inteligencia artificial es inmenso y apreciable”

velocidad completamente revolucionaria frente a lo que se podía hacer antes. Por otro lado, esta tecnología se perfecciona como un asistente para la ejecución de tareas, y así acelerar procesos que son un poco tediosos.

Frente a paradigmas que sufren cambios constantes, los publicistas deben centrarse en las motivaciones que impulsan al ser humano y que siempre funcionarán con la publicidad para conocer cuáles son las implicancias de poner las cosas en un contexto de **omnicanalidad**.

Para este 2024, las marcas están buscando una precisión muchísimo mayor en el *target* de las campañas digitales. “Muchos clientes están empezando a reconocer que ya no se trata solo de mensajes, sino de ser lo más personalizado como se pueda. Creo que las agencias que no sepan hacer microtargeting, probablemente no la pasen muy bien”.

El *creative production* también marcará un hito en 2024, pues ya se hace necesario implementar en las campañas ideas tecnológicas, “es allí donde la creatividad hará la diferencia en los negocios porque las compañías podrán mezclar instrumentos de otros campos en sus procesos creativos, como *design thinking*”.

En el camino de la creatividad, Humberto Polar tiene un lugar ganado en base a talento y tenacidad. Sus campañas plasmadas en compañías de renombre han llegado a conectar de forma auténtica con un público que evoluciona diariamente y que demanda marcas que apuesten por la innovación, pero también por la personalización.

DESIGN THINKING Y SU ÉXITO EN EL MARKETING MODERNO

Escrito por: Estefani Rodriguez



A

nálisis provenientes de varias firmas consultoras en los campos de ventas y mercadotecnia resaltan una tendencia común:

la creciente adopción de estrategias centradas en el usuario.

Este proceso impulsa la creatividad y crea experiencias únicas, basándose en el conocimiento integral del consumidor.

Y es que los consumidores presentan demandas cada vez más exigentes, lo cual impulsa a las empresas a orientar sus iniciativas hacia la comprensión de sus intereses.

El *design thinking*, o pensamiento de diseño, surge en este escenario como una metodología innovadora que va más allá de la creación de productos estéticamente agradables. Se trata, en sí, de un enfoque centrado en el usuario, que busca comprender las necesidades y deseos de las personas para desarrollar soluciones creativas y efectivas.

Para comprender y aplicar esta metodología, es importante conocer las 5 fases indispensables que conlleva esta forma de pensamiento.

1. Empatizar

En esta fase, el equipo se sumerge en la comprensión profunda de los usuarios, sus necesidades y desafíos. La empatía es clave para identificar problemas reales que valga la pena resolver.

2. Definir

Se definen claramente los problemas y se establece una perspectiva centrada en el usuario. Este paso implica la formulación de un *statement* o declaración del problema que sirve como guía para el proceso de diseño.

3. Idear

Se busca generar una amplia variedad de ideas creativas y soluciones en base a la participación activa y la generación de concep-

tos innovadores sin restricciones, utilizando técnicas como el *brainstorming*.

4. Prototipar

Se seleccionan las mejores ideas y se traducen en prototipos tangibles. Estos prototipos pueden variar en complejidad, desde bocetos simples hasta modelos más avanzados, pero el objetivo es obtener una representación física o visual de la solución propuesta.

5. Probar

Los prototipos creados se someten a pruebas y evaluaciones, con el fin de obtener retroalimentación de los usuarios y otras partes interesadas para comprender cómo responde en el mundo real. Los resultados de las pruebas informan los ajustes y mejoras necesarias.

“La empatía, la orientación al usuario, el pensamiento co-creativo y colaborativo, además de la capacidad para rescatar los aprendizajes en todo este proceso, son algunas de las habilidades clave en el *design thinking*”

Rendo Salazar, director de [Como Pez en el Aula](#)



Las empresas enfrentan constantemente desafíos, desde la identificación de oportunidades de mercado hasta la mejora de la experiencia del cliente. Utilizando esta estrategia, los profesionales del *marketing* pueden abordar estos desafíos de manera más creativa, buscando soluciones fuera de los enfoques convencionales.

De acuerdo a Salazar, para comprender realmente las necesidades del usuario es importante trabajar con diferentes herramientas de inmersión, a fin de llegar a “enamorarse” del problema. **“En mi experiencia podría resaltar la riqueza de información que se logra con el árbol del problema, el mapa de empatía, entrevistas con usuarios, métodos de observación directa, prototipos y pruebas iterativas”.**

Como bien lo menciona, el *design thinking* fomenta la iteración o el proceso constructivo dinámico que exige definir, representar, visualizar, evaluar y redefinir constantemente; y la mejora continua.



A través de la implementación de pruebas rápidas, las estrategias de marketing pueden evolucionar en respuesta a la retroalimentación del mercado. Esto no solo permite a las empresas mantenerse al día con las tendencias cambiantes, sino que también les brinda la flexibilidad para ajustar sus enfoques según sea necesario.

“El éxito se medirá por la satisfacción del usuario, el rendimiento de la solución en términos de eficacia y eficiencia, el impacto positivo en la vida de las personas y cómo eso se refleja en la rentabilidad del negocio”, concluye el experto.

Aquellas empresas que adopten este método, estarán mejor posicionadas para satisfacer y anticipar las necesidades de sus clientes, destacándose en un mercado cambiante y que evoluciona constantemente. Sin lugar a dudas, el *design thinking* es un aliado indispensable para el marketing contemporáneo.



ADVERTISEMENT

BLOG

Lobe Mark



**PUBLICIDAD
& MARKETING**

lobemark.com



LA EDUCACIÓN MULTICULTURAL CONSTRUYE SOCIEDADES EMPÁTICAS

Integrar la diversidad en la educación es esencial, pues es la base para la construcción de la formación humana.

Escrito por: Esperanza Aguilera





La interculturalidad es un pilar fundamental en la construcción de sociedades cohesionadas y enriquecedoras. En un entorno donde las fronteras se difuminan y las conexiones se intensifican, la educación multicultural se vuelve esencial.

Estados Unidos, uno de los países con mayor multiculturalidad del mundo, contaba con una población hispana de 59 millones de habitantes hasta el año 2020. De ellos, aproximadamente el 61.5% procedía de México, mientras que el resto de Puerto Rico (9.3%), Cuba (3.9%) y El Salvador (3.7%), entre otros, según datos de la

oficina del Censo de los Estados Unidos.

Sin embargo, aún con estas cifras, el país norteamericano presentó un incremento de 182% en discriminación racial, específicamente en Estados como California, Texas, Colorado, Illinois, Nueva York, Florida y Virginia, de acuerdo con el último informe de la Liga de Antidifamación.

Este fenómeno demográfico subraya la creciente diversidad étnica y cultural en el país, destacando la importancia de abordar las necesidades y perspectivas de estos grupos.

“La mejor solución es unir al mundo a través de la educación global, crear puentes entre las diferentes culturas y educar ciudadanos que crezcan con empatía. Es decir, crear ciudadanos globales”



En este contexto, Participate Learning es una organización que busca crear sociedades más inclusivas a través del intercambio cultural. Mediante su programa educativo, profesores de toda Latinoamérica pueden viajar a EE. UU. para impartir clases a niños de entre 5 y 11 años, con el fin de formar ciudadanos más comprensivos y multiculturales.

Esta educación global no solo se centra en la enseñanza del idioma español, también incluye áreas como ciencia, matemáticas y estudios sociales, sin perder de vista nunca el aspecto cultural.

"Es clave enfocar la enseñanza en niños, ya que su capacidad para asimilar el conocimiento y desarrollar empatía es más receptiva. Al iniciar el proceso educativo desde una edad temprana, el aprendizaje se arraiga de manera perdurable a lo largo de toda su vida", explica Ramírez.

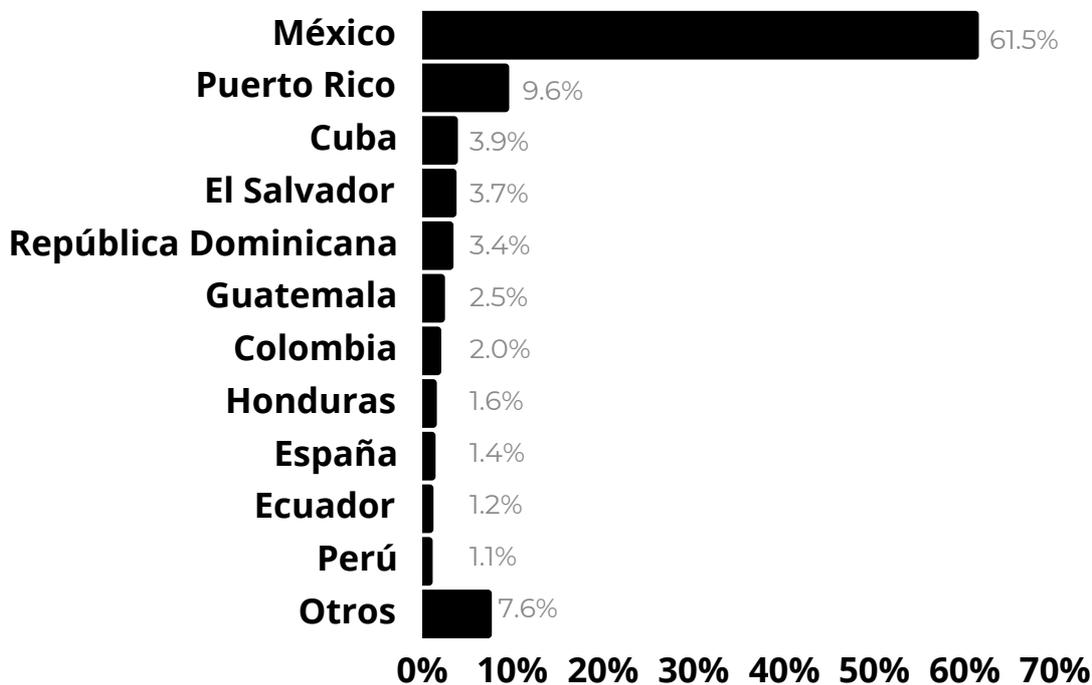
La diversidad cultural es beneficiosa en todos los aspectos. Además de fomentar la innovación y la creatividad, también fortalece las relaciones contribuyendo a la formación de comunidades más eficientes y resolutivas.

“Los docentes latinoamericanos le están cambiando la vida a miles de niños estadounidenses. Son menores que están creciendo con una perspectiva cultural más amplia y serán en el futuro adultos más empáticos”, concluye el coordinador.



Ronald Ramírez, coordinador de reclutamiento de Participate Learning.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA POBLACIÓN HISPANOAMERICANA RESIDENTE EN ESTADOS UNIDOS EN 2020, POR PAÍS DE ORIGEN



Fuente: Statista

En 2020, la población de origen hispano en Estados Unidos superó los 59 millones de habitantes. De ellos, aproximadamente el 61.5% procedía de México. Por su parte, dos países caribeños ocupaban la segunda y tercera posición del ranking, Puerto Rico y Cuba, con porcentajes del 9.6% y el 3.9%, respectivamente.

SeñorNoticia

CARRERA CONTRA EL TIEMPO “EL CAMBIO CLIMÁTICO CADA VEZ MÁS PALPABLE”

El calentamiento global ya no es una amenaza abstracta; es una realidad que requiere una respuesta urgente y un compromiso global.

Escrito por: Estefani Rodriguez





A

lo largo de las últimas décadas, hemos sido testigos de cambios significativos en el clima y en los patrones meteorológicos, evidencias concretas de que el mundo está teniendo un impacto profundo en el equilibrio ambiental.

Hasta la fecha, los científicos han recopilado datos contundentes que demuestran el aumento de concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera directamente atribuibles a actividades humanas como la quema de combustibles fósiles y la deforestación.

Debido a ello, las temperaturas globales están incrementando, un fenómeno que se refleja en el aumento de eventos climáticos extremos, como huracanes más intensos, sequías prolongadas, inundaciones devastadoras y olas de calor récord. A su vez, los glaciares se están derritiendo a un ritmo alarmante, contribuyendo al aumento del nivel del mar y amenazando a las comunidades costeras en todo el mundo.

Además de los impactos medioambientales, el cambio climático también tiene consecuencias sociales y económicas. Las comunidades más vulnerables son las más afectadas, enfrentándose a la pérdida de cosechas, la escasez de agua y la amenaza de desplazamientos debido a condiciones climáticas extremas.

“Gran parte de los cambios climáticos acelerados que se han dado en los últimos años, vale decir 200 años hasta la actualidad, se deben a los combustibles fósiles que liberan gases de efecto invernadero, por lo que se convierten en los principales responsables del calentamiento global”



Fernando Martínez, presidente de Fundación Impulso



“Los lugares con mayor temperatura son más propensos a sufrir tormentas o lluvias muy intensas”, señala el ingeniero Miguel Ángel Gallegos, gerente de meteorología y climatología del Servicio Meteorológico Nacional de México.

Uno de los casos que preocupó recientemente a la población mexicana fue el huracán Otis, que tuvo lugar el 25 de octubre en Acapulco, Guerrero. Este fenómeno natural alcanzó una rápida intensificación, pasando de categoría 1 a categoría 5 en tan solo 24 horas. Las víctimas mortales y el desastre en la ciudad significan una recuperación sumamente complicada en los próximos años.

“La información meteorológica bien aplicada, en cualquier fenómeno, contribuye a la mitigación de los daños, ya que al monitorear en tiempo real, la sociedad puede tomar la decisión más adecuada. De esa forma, la preparación de las personas frente a estos sistemas es la misma en caso de un huracán de categoría 1 como en uno de categoría 5”, agrega el ingeniero.

Es por eso que, ante estos eventos catastróficos, la anticipación y planificación permiten una respuesta más rápida y

eficiente, reduciendo el riesgo de pérdidas humanas y materiales. La conciencia pública y la educación sobre los protocolos de seguridad desempeñan un papel crucial al fomentar el seguimiento de prácticas seguras.

“Nos debe quedar de manifiesto que la fuerza de la naturaleza es un poder inmanente y superior al del ser humano. Este tipo de patrones y nuevos registros nos deben servir, junto con la tecnología, para robustecer la base de datos y anticiparnos a los casos que, como estamos viendo, están sucediendo de manera más acelerada”, sostiene Martínez.

En este escenario, la transición hacia fuentes de energías renovables, la adopción de prácticas agrícolas sostenibles y la conservación de los ecosistemas son pasos fundamentales para frenar el cambio climático, y así construir un futuro sostenible para las generaciones futuras.



NR NucleoRural

Tendencias en agronegocios



nucleorural.com

DE PARÍS A MÉXICO: UNA VENTANA ÚNICA AL ESPLENDOR DE NOTRE DAME



“La exposición une historia, arte y tecnología en un proyecto que destaca por el uso de la realidad aumentada. Con el apoyo del estudio Histoverly y la financiación de la empresa L'Oréal, se logró una reconstrucción muy puntual y minuciosa de las distintas etapas de Notre Dame y los eventos históricos que la rodean”

Abraham Villavicencio, investigador del Museo Franz Mayer



Escrito por: Esperanza Aguilera

D

desde el inicio de su construcción en 1163 hasta el incendio que la arrasó en 2019 y su posterior restauración, el museo Franz Mayer

en la Ciudad de México cuenta la historia de la icónica Catedral de Notre Dame.

La exhibición ***Notre Dame en México*** rinde homenaje a este monumento histórico mediante una cuidadosa reconstrucción virtual, respaldada por la colaboración de historiadores, investigadores y desarrolladores de tecnología. Además de destacar el trabajo de arquitectos,

escultores y restauradores que hicieron posible su construcción y conservación.

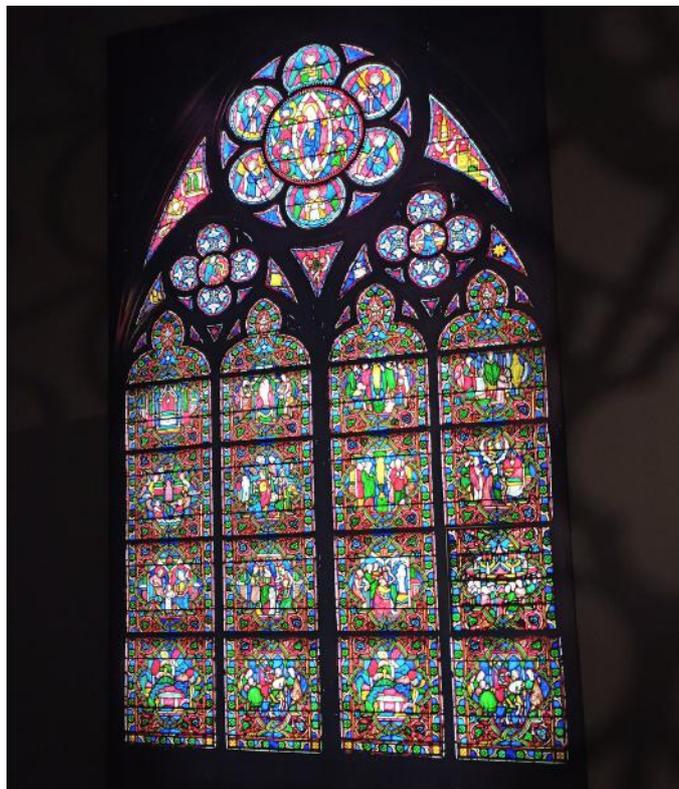
La majestuosa Catedral de Notre Dame, erigida en el corazón de París a orillas del río Sena, se erige como un tesoro arquitectónico que ha resistido el paso de más de ocho siglos. Su construcción abarca una extensa época que abraza el esplendor gótico y ha sido testigo de eventos cruciales en la narrativa de la ciudad.

Con una imponente altura de 69 metros y una fachada adornada con intrincadas

esculturas, la catedral ha cautivado a generaciones con su esplendor artístico que desafía la arquitectura y que ahora puede ser visitada mediante la realidad aumentada.

La exhibición, pensada para el público de todas las edades, es una experiencia interactiva que establece el diálogo entre lo virtual y lo tangible para enriquecer la visita. Además, se encuentra en constante actualización en torno a la reconstrucción del monumento, la cual se espera concluir hasta finales de 2024.

A través del histopad, una tableta que brinda el museo, los visitantes pueden conocer desde su creación hasta la actualidad. No solo reconstruye imágenes en 360° grados, también brinda información sobre la importancia arquitectónica, cultural y social de la catedral.

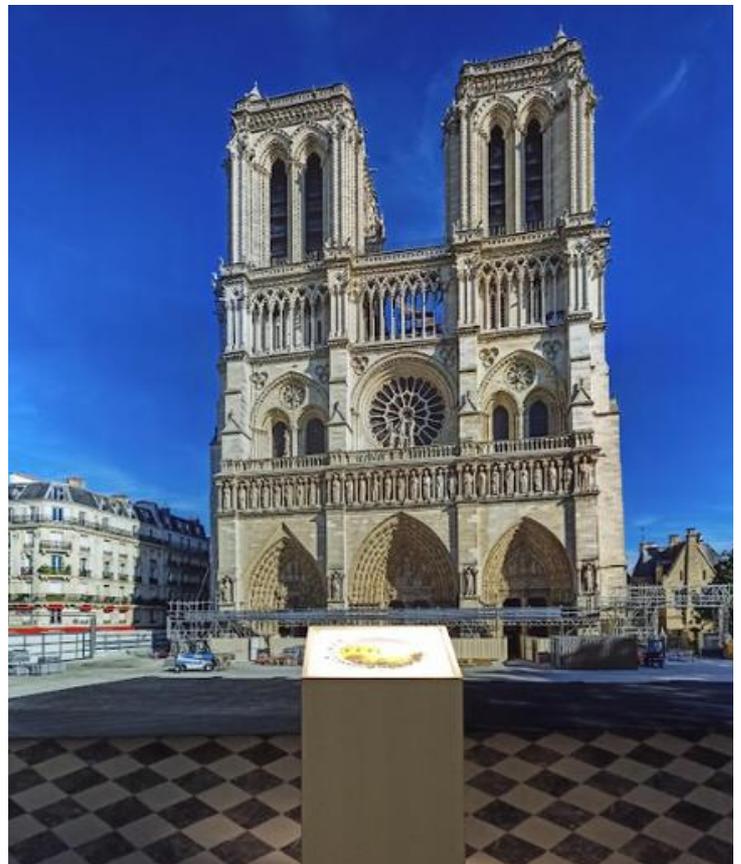


“Si bien la mayor exposición la encontramos en las ventanas al tiempo que se pueden ver con el histopad; las maquetas de los talleres de trabajadores, las reproducciones de esculturas a escala real y el juego de sombras que realiza el museo para recrear vitrales crean una experiencia inmersiva”



Cabe señalar que esta exposición ya ha estado en países como Dubái, China, Estados Unidos y Canadá. En México, las personas podrán disfrutarla hasta febrero del próximo año, y se espera que llegue a más países de Latinoamérica, estima el investigador.

Dentro de las paredes del Museo Franz Mayer, los visitantes tienen un pasaje único a la historia, conociendo de cerca la trascendencia arquitectónica y cultural del monumento más visitado en Francia. *Notre Dame* en México además de ofrecer una experiencia visual impactante, desempeña un papel crucial en la difusión de este valioso patrimonio artístico.



La exposición del Museo Franz Mayer recrea la icónica Catedral de Notre Dame a través de la realidad aumentada.



Publirreportajes

CON +
IMPACTO.

Los publirreportajes
permiten profundizar
en el mensaje de tu
marca

info@grupothepublic.com

+52 1 56 2774 1902





OBRAS QUE CAPTAN LA ESENCIA DE LA IMAGINACIÓN Y LA REALIDAD

Desde trazos vibrantes hasta detalles meticulosos, descubre el universo de César Alvarez, donde la creatividad se entrelaza con la maestría pictórica.

Escrito por: Estefani Rodriguez

E

n el vasto mundo de la creatividad artística surge César Alvarez, un arquitecto y artista plástico, que ha logrado fusionar sus conocimientos de ar-

quitectura con el arte para lograr un estilo de perspectiva único en cada uno de sus cuadros.

Desde sus primeros trazos, César ha demostrado una afinidad especial con la perspectiva, una herramienta que transforma el plano bidimensional en un lienzo tridimensional.



“Llevé un curso sobre perspectiva durante mi carrera de arquitectura, en donde exploté muchísimo esta técnica. Con ella, busco que el espectador se sienta dentro del dibujo y, a la vez, el dibujo salga del papel”

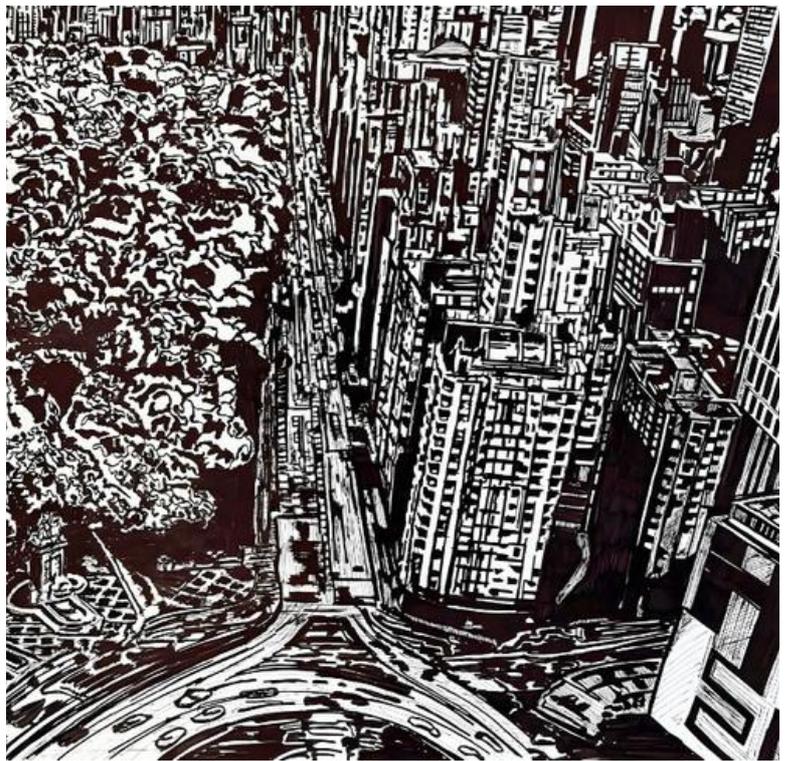
Cada una de sus obras es una ventana a un universo en el que las líneas convergen y divergen en una danza armoniosa, invitando al espectador a explorar la profundidad de su imaginación. La geometría y la simetría son sus aliados, pero es su habilidad



para distorsionarlas con maestría lo que eleva su obra a una categoría única.

Su paleta de colores y los materiales que utiliza también son otras herramientas que ayudan a transportar al observador a un reino imaginario. Los tonos dan vida a sus creaciones, creando una sinfonía visual que despierta emociones. Mientras que la luz y la sombra, hábilmente manejadas, acentúan la sensación de profundidad y añaden capas de significado a cada composición.

“En este momento trabajo sobre papel *couché*, ya que me favorece muchísimo porque la tinta que uso, que es tipo acuarela, corre muy bien y me permite hacer sombreados. Utilizo brochas e incluso plumones, todo depende de lo que se está pensando plasmar”, explica.



Pero más allá de su técnica excepcional, lo que distingue a este artista es su capacidad para contar historias sin palabras. Cada cuadro es una narrativa visual que invita al observador a sumergirse en su propio viaje de descubrimiento.



“Al igual que en el surrealismo, lo que trato de hacer es que el espectador se involucre en mi trabajo, se sienta dentro de uno de estos edificios o dentro de la ciudad. Puede que le traiga recuerdos si es que ya visitó ese lugar o, por lo contrario, lo motive a ir”

En un mundo saturado de imágenes, los cuadros de César Alvarez son un paso más hacia la expansión de la imaginación, recordándonos que el arte verdaderamente excepcional trasciende las barreras de lo ordinario.



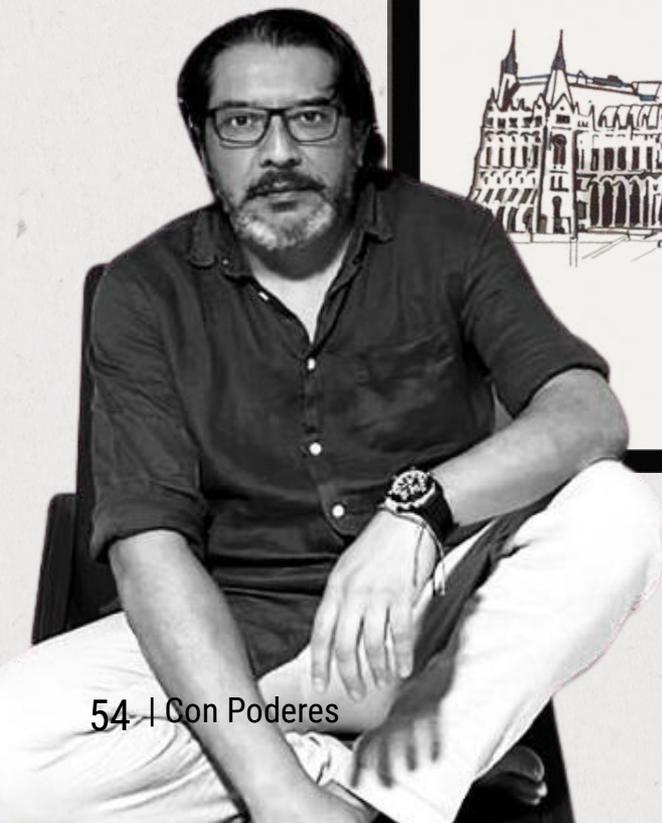
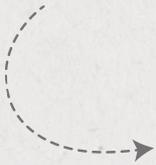
Apunte



Boceto



Dibujo acabada





BODAS QUE DEJAN UNA HUELLA POSITIVA



Escrito por: Estefani Rodriguez

Las bodas ecológicas se han convertido en una tendencia en constante crecimiento. Estas ceremonias no solo son un testimonio de amor y compromiso entre dos personas, sino también un acto consciente de responsabilidad ambiental.

De acuerdo con Marta Cubero, *wedding planner* de Nature Elements Eco, la celebración nupcial libera una considerable cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero en un único día, siendo el dióxido de carbono, comúnmente conocido como CO₂, el principal protagonista.

Es por eso que, **“una boda sostenible persigue la meta de disminuir el impacto ambiental asociado a la celebración, sin sacrificar la materialización del sueño matrimonial. Este enfoque es adaptable a cualquier pareja y compatible con una amplia gama de estilos decorativos”**.

Desde el inicio, los novios que optan por bodas ecológicas buscan maneras de reducir su huella de carbono. Esto comienza con las invitaciones, donde el papel reciclado, opciones digitales y tintas ecoamigables son seleccionadas con cuidado para minimizar el impacto ambiental.

De igual manera, la moda sostenible ha llegado al mundo de las bodas, con parejas eligiendo trajes y vestidos elaborados con materiales ecológicos o incluso prendas de

segunda mano. Al reutilizar una vestimenta, se fomenta la idea de que la moda puede ser amable con el planeta y aún así deslumbrante.

En temas de decoración, este tipo de bodas se inspiran en la naturaleza. Desde arreglos florales de temporada hasta elementos decorativos reutilizables, se busca crear un ambiente hermoso sin comprometer la salud del planeta.

La elección de alimentos locales también son clave. Optar por proveedores locales no solo apoya a la comunidad, sino que también reduce la huella de carbono asociada con el transporte de alimentos. Además, muchos eligen opciones vegetarianas o veganas para su menú nupcial, contribuyendo así a la sostenibilidad ambiental.



Desde vestidos sostenibles hasta decoraciones reutilizables, las bodas ecológicas están cambiando la forma en que decimos: "sí, acepto".

abrigos invierno 2024



Anorak acolchado cuello camisero Mango



Abrigo trench con lana Bershka



Abrigo cruzado de mezcla de lana Hugo Boss



Abrigo Alamares Lana Manteco Zara

GRUPO EDITORIAL

THEPUBLIC



**SOMOS LA
PUERTA
INDICADA
PARA QUE
TU MARCA
ENTRE AL
MERCADO**

Ventas

+521 56 2774 1902

hola@grupothepublic.com



LA
UN
C
A
T
A
E

THE PUBLIC



Vivir
tec

Lobe
Mark



PLANETA
EN VERDE

Cobertura **Noticiosa**

Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

CON **PO** **DERES**

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR Nucleo **Rural**

Con **Styling.**

MEGAMETRÓPOLI