

THE PUBLIC

n°1

15 août 2023

NAZARETH NOIR :

"LES FEMMES
COMMENCENT À
DIRIGER
L'INDUSTRIE
AUTOMOBILE"

LARA

LA TECHNOLOGIE
COMMERCIALE
DU MOMENT

EXCLUSIF

Raul Cardos :

"L'AMÉRIQUE LATINE EST UN
VIVIER DE TALENTS CRÉATIFS"

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

RÉVOLUTIONNE
L'APPRENTISSAGE
DES LANGUES

GASTRONOMIE Durable

Une tendance
croissante à
l'échelle mondiale



CONTENU

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



TECHNOLOGIE D'AUTOCHARGE POUR L'UTILISATION DES VOITURES ÉLECTRIQUES

Les voitures électriques sont une alternative plus propre et plus durable que les véhicules à combustion interne, car elles ne contribuent pas à la pollution de l'air.

CLUB DE EMPRESAS

LARA : LA TECHNOLOGIE BUSINESS DU MOMENT

Les ressources humaines sont l'un des domaines qui ont bénéficié de la mise en œuvre de l'intelligence artificielle.



VIVIR TEC

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE RÉVOLUTIONNE L'APPRENTISSAGE DES LANGUES

Au niveau professionnel et managérial, l'IA ouvre de nouvelles possibilités dans la formation linguistique



LOBEMARK



Fournit quelques conseils pour marcher d'un pied ferme dans cet environnement.



Nazareth Black, PDG de Zacua, nous parle de son rôle de femme dans l'industrie automobile et des défis de l'électromobilité auxquels le Mexique est aujourd'hui confronté.

CONTENU

SPÉCIALES



30

COMPÉTENCES GÉNÉRALES POUR ÊTRE UN PROFESSIONNEL COMPLET

Les soft skills sont devenues de plus en plus pertinentes dans les processus de recrutement dans tous les secteurs.

SEÑOR NOTICIA



35

LE PLAISIR DE MANGER CONSCIEMMENT

La gastronomie durable est une tendance mondiale.



38

CCORI, UN EXEMPLE DE GASTRONOMIE RESPONSABLE

« Cuisson optimale » et « Recyclage culinaire ».

PLANETA EN VERDE

RECYCLAGE INCLUSIF POUR UN MONDE PLUS VERT

Depuis 2018, Recicla Latam a réussi à valoriser plus de 4 600 tonnes de déchets valorisables.



41

NUCLEO RURAL



45

FOSSÉS D'INFILTRATION : LE SUMMUM DE L'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATIVE

Le Jardin Botanique National de Viña del Mar nous montre l'importance d'appliquer cette technique pour le secteur agricole.

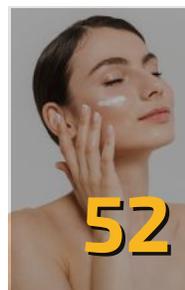
CON STILYNG



48

BUSINESS CASUAL POUR UN HOMME MODERNE

Ce style cherche à trouver un équilibre entre le confort élégant et informel.



52

9 ÉTAPES POUR UNE ROUTINE DE SOIN IDÉALE

Nous vous laissons un petit guide sur l'ordre des produits que vous devez appliquer sur votre peau.

ÉDITORIAL

« Être journaliste, c'est avoir le privilège de changer quelque chose chaque jour », a déclaré Gabriel García Marquez ; et aujourd'hui, nous relevons ce défi dans une perspective claire et constructive au service de nos publics.

C'est ainsi qu'est né le magazine The Public, fruit du vaste travail d'une grande équipe qui a décidé d'entreprendre ce projet avec beaucoup d'enthousiasme et de responsabilité.

Dans cette première édition, nous dédions notre couverture au célèbre publiciste mexicain Raúl Cardós, fondateur et président de l'agence Anónimo, qui nous accompagne avec son expérience dans une promenade à travers le monde créatif.

Nous réfléchissons à l'intelligence artificielle et aux soft skills dans les processus de recrutement. L'utilisation d'un chatbot pour améliorer l'expérience des collaborateurs passe par la startup Lara. Et Speexx, une plateforme d'apprentissage des langues, promet une tournure inattendue pour les professionnels.

De même, dans l'industrie automobile, triomphe Zacia, la première usine de voitures électriques assemblées par des Mexicains.

Le Public n'est pas seulement un magazine, c'est aussi un groupe éditorial spécialisé dans diverses industries qui promet de grandir en pensant à ses lecteurs.

Accueillir!



Estefani R.

ÉDITEUR

TH=PUBLIC

groupethepublic.com



Publi-reportages

AVEC +
IMPACT.

info@grupothepublic.com

+52 1 56 2774 1902

AUTOCHARGE

TECHNOLOGIE POUR L'UTILISATION DES VOITURES ÉLECTRIQUES

Laura Goncalves, directrice générale de Powerdot Espagne, parle de cette nouvelle fonctionnalité et des avantages pour ses partenaires et utilisateurs finaux.



Les voitures électriques sont une alternative plus propre et plus durable que les véhicules à combustion interne, car elles ne contribuent pas à la pollution de l'air. Et même s'il s'agit d'un créneau encore en croissance, il existe déjà des alternatives qui cherchent à optimiser ce marché. La recharge automatique en est un exemple.

Laura Goncalves, directrice générale de Powerdot Espagne, parle de cette nouvelle fonctionnalité et des avantages pour ses partenaires et utilisateurs finaux.

1. QU'EST-CE QUE L'AUTOCHARGE EXACTEMENT ET COMMENT ÇA MARCHE ?

La recharge automatique est une fonctionnalité qui permet aux véhicules électriques de démarrer automatiquement la recharge dès qu'ils se connectent à une borne compatible, sans que le conducteur ait besoin de lancer manuellement le processus.

Dans cette première phase, nous avons lancé ce service avec Miiio, EMSP (fournisseur de services de mobilité électrique) avec plus de 150 000 utilisateurs en Europe.

Pour activer Autocharge, les utilisateurs doivent télécharger l'application Miiio, configurer leur véhicule et, après avoir suivi les instructions lors de leur première charge, ils pourront utiliser automatiquement cette option lors de la recharge de leur véhicule sur des points de recharge Powerdot compatibles.

Nous travaillons pour inclure cette fonctionnalité dans davantage de plateformes de mobilité électrique et ainsi étendre ce service à davantage d'utilisateurs.

2. QUELS SONT LES PRINCIPAUX AVANTAGES POUR LES UTILISATEURS DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES ?

Premièrement, cela accélère le processus de recharge, puisque le conducteur n'a pas besoin de lancer manuellement la recharge et évite aux utilisateurs les étapes intermédiaires qu'ils devaient habituellement effectuer, comme scanner le code QR, identifier le connecteur approprié.

ou traiter le paiement, entre autres.

En plus de ce gain de temps, cela améliore également l'efficacité de l'ensemble de la procédure, ce qui se traduit par une plus grande accessibilité au chargement des véhicules car cela réduit les temps d'attente. Cela en fait une expérience beaucoup plus pratique, plus rapide, plus simple et plus facile à utiliser pour les conducteurs de véhicules électriques.

3. SUR QUELS TYPES DE VÉHICULES LES CHARGEURS SONT-ILS COMPATIBLES AVEC CETTE FONCTION ?

Tout véhicule compatible avec Autocharge et associé à l'application Miiio pourra utiliser cette fonctionnalité, à l'exception des véhicules avec codes partagés, tels que : Cupra Born, Audi e-tron (2018) et Q4 e-tron, Maxus eDeliver, Mazda MX-30, VW e-Up!, e-Golf, ID.3, ID.4, ID.5, ID-Buzz, Seat Mii électrique, Skoda Citigo e-iV et Enyaq iV.



4. DE QUOI ONT BESOIN LES UTILISATEURS POUR UTILISER CETTE NOUVELLE FONCTIONNALITÉ ?

Notre objectif est de rendre le processus de recharge aussi simple que possible. C'est l'une des raisons pour lesquelles chez Powerdot nous n'avons pas d'application, car il y en a déjà beaucoup sur le marché et c'est pourquoi nous cherchons à intégrer la fonctionnalité Autocharge dans les applications existantes de nos partenaires que les gens ont déjà téléchargées. En ce sens, l'utilisateur n'a besoin que de disposer de l'application Miio et de la configurer lors de la première recharge. Après cela, la recharge sera toujours automatique, sans aucune exigence supplémentaire.

5. L'AUTOCHARGE VA-T-ELLE STIMULER L'ADOPTION DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES EN ESPAGNE ? EST-IL DISPONIBLE SUR TOUS LES MARCHÉS ET SUR TOUTES LES BORNES DE RECHARGE ?

Grâce à la meilleure expérience utilisateur, nous espérons contribuer à accélérer l'adoption des véhicules électriques en Espagne, où elle n'a pas encore connu de « boom » comme dans d'autres pays voisins comme le Portugal et la France.

Concernant la disponibilité, Autocharge avec Miio est disponible en France et en Espagne, mais nous travaillons pour continuer

élargir l'offre avec les opérateurs disponibles, afin de continuer à fournir le meilleur service à l'utilisateur.

6. OÙ SE TROUVE POWERDOT ACTUELLEMENT ET QUELS SONT SES OBJECTIFS ?

Nous sommes plongés dans un processus de consolidation et de croissance sur les marchés sur lesquels nous sommes déjà présents. Dans le cas spécifique de l'Espagne, nous avons doublé nos investissements dans le pays et nous allouons 13 millions d'euros en 2023 pour étendre nos bornes de recharge.



Actuellement, nous disposons de plus de 8 000 points contractés sur les 6 marchés sur lesquels nous opérons, dont 950 sont répartis dans tout les communautés autonomes d'Espagne, où nous souhaitons nous positionner comme l'un des principaux opérateurs nationaux. Pour y parvenir, nous travaillons à augmenter notre équipe et nous réaliserons un investissement total qui s'élèvera à 300 millions d'euros pour atteindre, au niveau mondial, 19 000 points de recharge en 2025.

De plus, nous continuons de nous concentrer sur l'offre du meilleur service aux utilisateurs de véhicules électriques et à nos partenaires, et c'est pourquoi nous continuons à innover dans des initiatives telles que Autocharge



LARA : LA TECHNOLOGIE COMMERCIALE DU MOMENT

Les ressources humaines sont l'un des domaines favorisés par la mise en œuvre de l'intelligence artificielle.

La technologie joue un rôle de plus en plus important dans les entreprises, quel que soit le secteur. L'un des domaines privilégiés par l'intelligence artificielle (IA) est celui des ressources humaines (RH), car en plus de permettre l'automatisation des processus, elle peut être

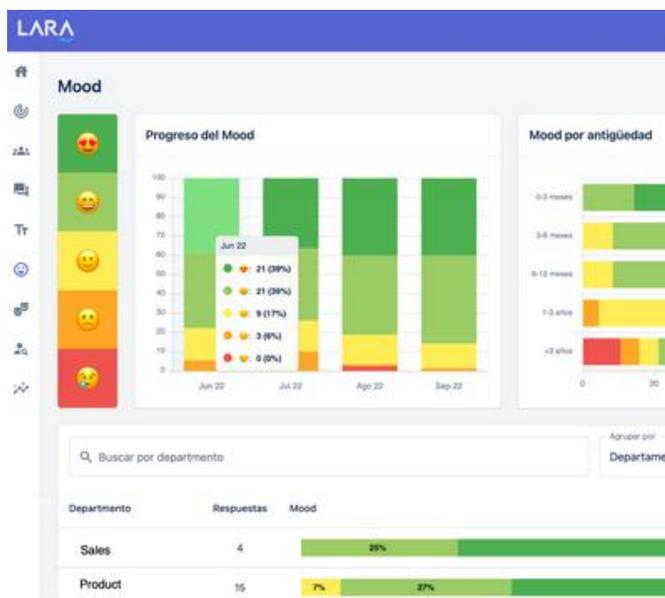
améliorer l'expérience des collaborateurs, ce qui génère un environnement de travail plus heureux et plus agréable.

Rappelons qu'au début de la pandémie de COVID-19, la plupart des entreprises et des entreprises ont dû migrer vers le travail à distance ou hybride, ce qui a entraîné une distanciation physique entre le service RH et l'employé. Cette distanciation a entraîné davantage d'employés insatisfaits ou de personnes qui ne se sentaient pas valorisées par leur lieu de travail.

Aujourd'hui, trois ans après l'urgence sanitaire, et même si beaucoup ont repris le travail en présentiel, le travail à distance reste la modalité privilégiée des salariés et des entreprises.

Dans ce contexte est née Lara AI, un chatbot qui entretient des conversations personnelles et rapides avec les employés pour évaluer leurs perceptions, en plus de répondre aux questions et requêtes.

« Lara est un autre membre de l'équipe des ressources humaines mais virtuel et doté d'intelligence artificielle. Grâce à la technologie et à l'automatisation, nous interagissons avec tous les collaborateurs de l'entreprise.



Lara peut être programmée pour effectuer des tâches répétitives et ne s'ennuie pas car c'est un robot. Cela s'applique également aux entreprises qui ont des sites différents, qui possèdent des dizaines de magasins », explique Guido Kuznicki, PDG de Lara AI.

Grâce à cette technologie, le personnel des ressources humaines voit en temps réel comment se portent les travailleurs et, en cas de problème, les gestionnaires pourront prendre des mesures plus immédiates pour remédier à la situation.

« Lara aura des conversations mensuelles, une fois par mois, avec chacun des collaborateurs de l'entreprise, au cours desquelles elle leur posera des questions sur leurs expériences. Par exemple, si vous êtes nouveau, il vous sera demandé comment vous avez trouvé l'intronisation ; Mais si vous avez déjà 6 mois, peut-être qu'il vous posera d'autres questions car il comprend votre contexte », explique-t-il.

Tout comme Lara suit la satisfaction de ses employés, cette technologie est également automatisée pour répondre à vos préoccupations. Les vacances, l'assurance maladie, les fiches de paie, les connaissances générales ou les processus de l'entreprise sont les requêtes les plus fréquemment posées à l'IA.

Tout ce que nous avons évoqué devient alors une information précieuse pour les RH, puisque les métriques peuvent aider l'entreprise à prendre de meilleures décisions pour son bénéfice et celui de ses collaborateurs. Ces mesures sont connues sous le nom de « People Analytics ».

Caractéristiques de Lara

Conversations humanisées et personnalisées.

Lara comprend le contexte d'une personne, elle sait quelles questions poser dans le cas d'un nouveau membre ou si elle travaille déjà dans l'entreprise depuis un certain temps. Et humanisé car ce n'est pas une enquête qui vous demande de répondre à des questions, mais plutôt une conversation.



L'équipe de Lara a développé une solution qui améliore l'environnement de travail et a obtenu un financement de plus d'un million de dollars.

Temps réel.

Le problème des entreprises est qu'elles ne disposent pas d'informations en temps réel. Si quelqu'un n'est pas satisfait, Lara générera cette alerte afin que l'entreprise puisse améliorer l'expérience en un temps record.

Canal.

Ils utilisent les outils de communication que les entreprises utilisent déjà. Autrement dit, les travailleurs n'ont pas besoin de télécharger d'application supplémentaire, car Lara est intégrée à WhatsApp, Google Chat, Slack, Microsoft Teams, entre autres.

Histoires de réussite

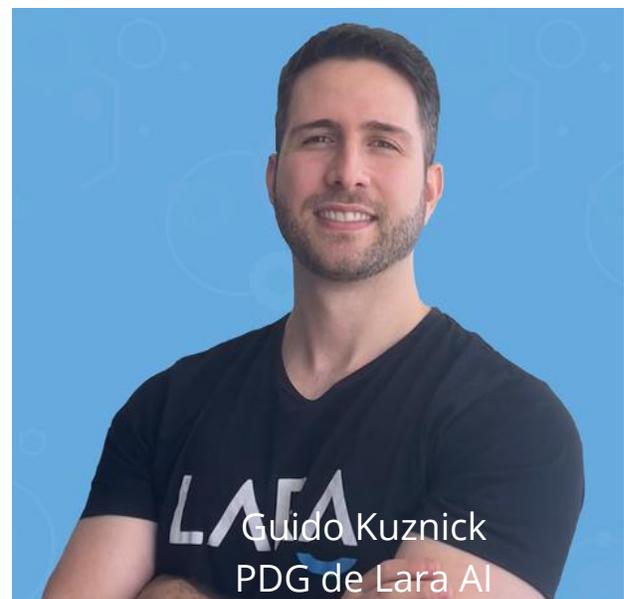
Adidas Latin America, au Mexique et au Chili, utilise la technologie Lara. « Ce cas est intéressant car ils ne travaillent pas à distance ou de manière hybride, mais ce sont plutôt des magasins où ils travaillent en personne, mais il existe des dizaines et des dizaines de magasins répartis dans ces pays. Ensuite, Lara communique avec tous les travailleurs pour comprendre leurs expériences en temps réel, puisqu'ils n'ont normalement pas de responsable des ressources humaines dans les magasins », dit-il.

Un autre cas est Ualá, une banque numérique née en Argentine, qui utilise Lara pour parler à tous ses collaborateurs répartis dans les bureaux mais qui travaillent aussi

télécommande. De plus, ils l'ont mis en œuvre comme une extension de leur équipe, ce qu'ils appellent un partenaire commercial virtuel des ressources humaines, qui leur permet de faire évoluer toutes ces conversations.

Actuellement, Lara opère dans cinq pays d'Amérique latine : Argentine, Mexique, Chili, Colombie et Pérou. L'entreprise technologique ne ferme toutefois pas ses portes aux autres régions.

« À l'avenir, nous souhaitons améliorer l'expérience RH et les collaborations grâce à l'intelligence artificielle, et je pense que tous les secteurs assistent à une transformation de style grâce à cette technologie. Il y aura de plus en plus d'utilisations de l'IA à mettre en œuvre. Nous traversons une vague intéressante », conclut Guido Kuznicki.



Guido Kuznick
PDG de Lara AI

**EMPREINTE
SOCIALE**

Il est basé sur la mesure de des emplois créés, de la consommation excessive des ressources de leur répartition et des excès qui peuvent survenir dans le secteur productif

**EMPREINTE
ÉCOLOGIQUE**

Elle est déterminée par l'utilisation du milieu naturel de la zone, nécessaire à la production des ressources consommées par la population.

**INDICATEURS DE
DURABILITÉ
ENVIRONNEMENTALE**

**EMPREINTE
EAU**

Évalue l'utilisation de l'eau consommée, évaporée ou contaminée, qui couvre à la fois l'utilisation directe et indirecte par des personnes ou des entreprises.

**EMPREINTE
CARBONE**

Il fait référence aux gaz à effet de serre (GES) émis lors de la pratique d'une certaine activité ou lors de la fabrication et de la commercialisation d'un produit.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE RÉVOLUTIONNE L'APPRENTISSAGE DES LANGUES

AU NIVEAU
PROFESSIONNEL ET
MANAGÉRIAL, L'IA OUVRE
DE NOUVELLES
POSSIBILITÉS DANS LA
FORMATION LINGUISTIQUE



Dans le domaine de l'apprentissage des langues, notamment au niveau professionnel et managérial, l'intelligence artificielle (IA) ouvre de nouvelles possibilités. Et cette nouvelle technologie joue un rôle de plus en plus important dans l'évolution de la façon dont nous apprenons et maîtrisons n'importe quelle langue.

Dans ce contexte, Speexx, une entreprise allemande spécialisée dans la formation linguistique en ligne, utilise l'IA pour s'adapter aux besoins individuels de chaque utilisateur concernant son apprentissage. En d'autres termes, l'IA identifie les objectifs et les défis spécifiques de chaque personne,



"Nous utilisons l'IA pour fournir un soutien continu à la performance et à l'apprentissage des langues des équipes des grandes organisations, dans un environnement sûr, efficace et efficient. Notre différenciateur réside dans les objectifs individuels, car nous comprenons que les processus d'apprentissage sont variables. De cette manière, notre L'IA identifie les défis de chaque utilisateur tout en évaluant ses besoins et ses capacités", explique Armin Hopp, fondateur de Speexx.

offrant une approche personnalisée qui maximise le temps et les efforts d'apprentissage, permettant aux dirigeants de se concentrer sur les compétences et les connaissances pertinentes pour leur rôle et leurs responsabilités.



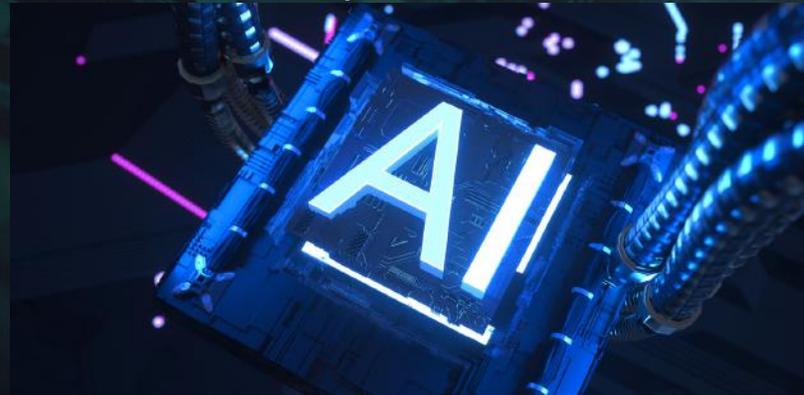
Un autre point fort est la capacité de l'IA à fournir un feedback instantané et précis lors de l'apprentissage des langues. Par exemple, les cadres de haut niveau peuvent améliorer leurs compétences en communication dans une autre langue avec l'aide de l'IA, car elle évaluera immédiatement leur prononciation, leur grammaire et leur vocabulaire, tout en fournissant également des suggestions.

Selon une étude réalisée par la plateforme Show Me The Money, les professionnels ayant un anglais avancé peuvent gagner jusqu'à 18 % de salaire en plus et sont 20 % plus demandés, quel que soit le poste, par rapport à ceux qui ne maîtrisent pas cette langue.

Face à ce scénario, Speexx propose non seulement des formations linguistiques, mais également du coaching commercial et une évaluation des besoins ; adapté et conçu pour les environnements hybrides

de travail, alimenté par des coachs en direct et une IA avancée. La combinaison de ces outils garantit un apprentissage des langues efficace et efficient pour l'environnement des affaires, en fournissant un support continu dans 13 langues, dont l'anglais, l'espagnol, l'allemand, l'italien et le français.

Il ne fait aucun doute que la croissance professionnelle est marquée par l'apprentissage des langues et, aujourd'hui, grâce à l'IA, les dirigeants peuvent améliorer leurs compétences en communication pour comprendre les subtilités culturelles et sociales des différents partenaires internationaux, accédant ainsi à de meilleures opportunités mondiales sans restrictions de temps ou de lieu.



96% des universitaires considèrent que l'intelligence artificielle générera des changements dans l'éducation en Amérique latine d'ici 2030



Source : L'avenir de l'intelligence artificielle dans l'éducation en Amérique latine. ProFuturo et OEI (2023)

ENTRETIEN

EXCLUSIF

NAZARETH

BLACK



Entretien

Le secteur automobile, comme de nombreuses autres industries, est lié à la main-d'œuvre masculine depuis de nombreuses années. Cependant, aujourd'hui, à une époque de plus grande inclusion et valorisation des femmes, émerge Zacua, une entreprise automobile créée par des femmes qui, en plus de réduire l'écart entre les sexes, est technologiquement verte.

En ce sens, Zacua se consolide comme la première usine de voitures électriques assemblées par des femmes au Mexique, constituant un exemple clair pour ses pairs latino-américains.

Comme nous l'avons mentionné, la gamme de voitures de l'entreprise est dotée d'une technologie verte ; Autrement dit, elle s'engage en faveur de la mobilité durable, l'une des tâches les plus importantes aujourd'hui. Malheureusement, l'électromobilité est encore un territoire nouveau ou inconnu pour beaucoup, c'est pourquoi Zacua a développé une plateforme pour enseigner aux gens comment fonctionnent les voitures électriques, comment les intégrer de la meilleure façon dans leur vie, et tout ce dont on a besoin pour se convaincre de l'importance de l'électromobilité. avantages de choisir le biologique plutôt que le conventionnel.

Dans l'interview suivante, Nazareth Black, PDG de Zacua, nous parle

sur son rôle de femme dans l'industrie automobile et les défis de l'électromobilité auxquels le Mexique est confronté aujourd'hui.

1. Le secteur automobile a toujours été dirigé par des hommes, qu'est-ce qui vous a motivé ou retenu votre attention pour commencer à travailler dans ce monde ?

L'industrie automobile s'est construite autour du genre masculin parce que les voitures existent depuis près de 140 ans et qu'il y a 140 ans, les femmes n'allaient même pas travailler. Mais en fait, je ne savais pas que c'était une industrie masculine, je l'ai découvert après avoir décidé d'entrer dans ce monde, quand je suis allé acheter ma première voiture et que j'ai eu une mauvaise expérience d'achat, si mauvaise que j'ai décidé de le faire volontairement. entrer dans l'industrie. Quand j'étais à l'intérieur et quand j'ai commencé à travailler, j'ai vu que tout était toujours avec les hommes.



2. Pourquoi avez-vous pris la décision de proposer au marché une voiture assemblée uniquement par des femmes ? Et quels ont été les acquis ou progrès sur la question de l'inégalité entre les sexes depuis que cette décision a été prise ?

Zacua est déjà né avec deux caractéristiques : vert et inclusif. Une grande marque normale avec de nombreuses années d'expérience doit faire la transition pour devenir verte et commencer à admettre les femmes dans les processus ou dans les domaines où elles n'étaient pas admises auparavant. Mais Zacua a l'avantage d'être né sous cette lignée. Les femmes ont été présentes dans le projet, dans des circonstances et des opportunités égales, depuis le début. C'est quelque chose de très naturel pour nous, qui fait partie de notre essence. Le plus gros test, c'est moi qui suis une femme et très jeune pour diriger un projet de cette ampleur.

Le fait qu'il ait été décidé qu'il soit assemblé par des femmes, c'est qu'on n'y avait pas pensé. De nombreuses femmes ont simplement commencé à lever la main et à dire qu'elles voulaient faire partie de l'assemblée, ce qui n'est généralement pas une tâche réservée au sexe féminin. Cela ne veut pas dire que nous n'avons pas d'hommes, car alors nous ferions exactement la même chose. Zacua est une entreprise qui recherche toujours l'inclusion et l'équité.

3. Le changement climatique et l'égalité des sexes comptent parmi les questions sociales les plus abordées aujourd'hui par les jeunes. Dans ce contexte, peut-on dire que Zacua contribue à satisfaire une demande actuelle portée par les nouvelles générations ?

Notre mix client est très varié, notre client le plus âgé doit avoir environ 83 ans. En réalité, nous avons des clients de tous âges et cela fait que l'importance que nous accordons à la question du changement climatique n'a rien à voir avec l'âge, c'est une question qui retient toute notre attention.

4. Combien de modèles de voitures possédez-vous à ce jour ?

Nous disposons de deux modèles identiques en termes de caractéristiques, d'équipement et de spécifications techniques. Il convient de noter qu'il s'agit de véhicules à deux passagers car nous pensons servir les personnes qui ont des besoins et qui vivent dans les grandes villes avec des problèmes de circulation. Nous proposons des petites voitures, mais elles ont tout ce dont vous avez besoin pour vivre votre vie dans une grande ville. Le mieux c'est qu'ils ne contaminent pas, vous les facturez 8

heures et vous disposez d'une autonomie allant jusqu'à 2 heures. La différence entre les deux est que l'un est plus sportif et l'autre plus classique.

5. Quelle est la technologie de pointe qui se démarque le plus dans vos voitures électriques ?

Autrement dit, pourquoi devrions-nous choisir Zacia plutôt que la concurrence ?

Ce qui compte le plus dans une voiture électrique, c'est l'électronique, c'est-à-dire l'intelligence qui pilote la voiture. Et le plus important chez Zacia, c'est que notre technologie nous appartient, nous ne prenons la technologie de personne, c'est-à-dire que nous avons une totale indépendance technologique. C'est très difficile à réaliser.

Je crois donc qu'une personne devrait choisir Zacia parce que l'entreprise cherche à démontrer que le Mexique peut innover dans le secteur automobile, en fabriquant des voitures complètes. Et c'est très important, non seulement pour le Mexique, mais pour toute l'Amérique latine, car c'est la preuve que nous, les Latinos, pouvons innover. Malheureusement, dans la région, nous n'innovons pas, nous pensons que nous ne sommes que le travail des autres. Depuis Zacia, nous avons donc l'intention d'ouvrir une brèche pour que des marques latines de voitures électriques puissent commencer à se créer.

6. Parlons des défis actuels de l'électromobilité. Pourriez-vous citer au moins trois défis auxquels le secteur est confronté aujourd'hui ?

Un défi important consiste à disposer d'une politique publique nationale axée sur l'électromobilité et l'énergie propre. Et je suis sûr qu'une grande partie de ce qui nous arrive ici se produit également dans d'autres pays latins. Nos gouvernements ne restent que dans le discours, c'est-à-dire qu'ils prennent des engagements internationaux pour interdire les voitures à essence et encourager les voitures électriques, mais nous n'avons pas l'infrastructure nécessaire pour faire face ou mettre en œuvre ces engagements. Nous devons amener nos gouvernements à faire preuve de cohérence, afin que ce qu'ils disent se traduise par des événements réels.



Entretien

Un autre défi également très important est l'éducation. C'est à nous, en tant que personnes, de commencer à nous éduquer sur l'électromobilité, car comme nous savons que cette technologie est nouvelle, il est donc plus facile de se laisser emporter par ce que dit Internet et de croire des choses qui ne sont pas vraies. Il est donc de la responsabilité de chacun de s'informer pour sensibiliser. La seule chose qui nous poussera à adopter les voitures électriques est d'avoir une culture de mobilité durable.

Et un troisième défi est le financement. Dans un pays comme le Mexique, la plupart des voitures sont vendues via un financement ou un crédit-bail. Nous devons donc changer le système bancaire pour qu'il évolue et que des produits financiers soient créés pour permettre aux gens d'acheter des voitures électriques. Vous devez faire les chiffres différemment et effectuer différentes analyses de risques. C'est très important pour pouvoir évoluer vers l'électromobilité.



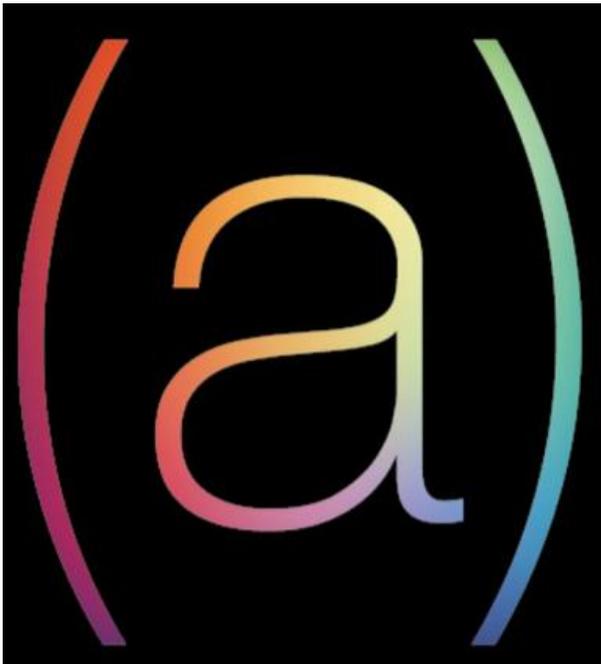
RAUL CARDOS

Le célèbre publiciste nous parle de son parcours de fondateur et président de l'agence Anónimo, et nous donne quelques conseils pour marcher avec fermeté dans ce milieu.



Cardós est l'un des trois publicistes mexicains honorés au Temple de la renommée de la publicité latino-américaine.

Il y a 14 ans, Raúl Cardós a quitté de grandes fonctions de direction pour fonder sa propre agence de publicité : Anónimo. Depuis lors, il y a eu des années d'apprentissage et d'expériences, tout au long du chemin, il a réussi à ajouter un intéressant portefeuille de clients, tant nationaux que mondiaux.



Selon une étude réalisée par Scopen, il est considéré comme le professionnel le plus admiré et le plus remarquable dans le domaine de la publicité au Mexique.

Dans l'interview suivante, Cardós nous raconte ses décisions, ses campagnes, ses défis et donne quelques conseils à ceux qui décident de se lancer dans le monde de la créativité.

1. Pourquoi avez-vous pris la décision de devenir indépendant et fondé Anónimo ?

Je ne rêvais pas de devenir indépendante, il y a beaucoup de gens qui rêvent d'avoir leur propre agence. Mon cas n'était pas comme ça, j'ai été, pendant presque 20 ans, très heureux d'évoluer dans les agences du réseau.

J'ai été directeur créatif régional en Amérique latine et j'ai passé une partie de ma vie à voyager. Mais l'agence s'est tellement développée que j'avais davantage l'impression de diriger une banque, une entreprise. Et j'aime la partie créative, trouver des idées, parler aux clients et le rôle que je jouais ne me permettait pas autant de faire ça, cela m'obligeait davantage à faire une tâche de management. C'est alors que j'ai eu le virus de dire : « Je veux pouvoir ouvrir une entreprise dans laquelle je prends les décisions, pas forcément basé sur l'argent, mais sur ce qui me rend le plus heureux.

2. Dans une interview, vous avez dit que l'idée n'était pas de faire des publicités, parce que les publicités ennuyaient les gens, mais plutôt des idées qui connectaient. Ce concept fait-il partie de la philosophie d'Anonymous ?

Complètement. Nous devons arrêter de nous considérer comme une agence de publicité qui réalise des campagnes ou des publicités, et commencer à nous considérer comme une entreprise dont l'objectif est de connecter les marques aux gens. De cette façon, cela devient un domaine beaucoup plus amusant dans lequel travailler. La philosophie d'Anonymous est justement cela : nous devons être capables de générer des idées qui connectent avec les gens. Les gens ne veulent pas voir de publicités, ils n'allument pas la télévision pour regarder des publicités et encore moins vont sur Internet pour chercher des bannières. Il faut en tenir compte.



3. Pour vous, quelle est la relation idéale entre le client et l'agence ?

La relation idéale entre client et agence est celle dans laquelle le terme client et agence est complètement effacé. Lorsque nous brouillons cette frontière et commençons à la voir comme un groupe de personnes travaillant pour le bien d'une marque, une équipe travaillant autour d'une marque, alors ce serait la relation idéale. Si un dossier est erroné et que je suis l'agence, je dois me sentir en droit de dire qu'il est erroné ; De même, si un client a une idée créative qui fonctionne pour une campagne, il doit le dire. L'idée est d'ajouter. Donc pour moi, l'essentiel dans la relation, c'est la confiance.

4. Comment faire en sorte qu'une campagne respire l'ADN de la marque ?

L'agence a la responsabilité de faire en sorte que son travail reflète l'ADN d'une marque. En fait, je n'aime pas qu'on me dise qu'une telle campagne a l'ADN d'Anonymous, parce que je dis non, je ne veux pas que tout ce qu'on fait à l'agence se ressemble. Le travail que nous effectuons ici dépend du client, et pour y parvenir, vous devez vous assurer de connaître le but et l'objectif des marques. On ne peut pas faire une campagne incroyable si on ne connaît pas parfaitement la marque, si on ne l'utilise pas, si on ne la vit pas, si on ne la vit pas.

La meilleure façon d'y parvenir est de vivre les marques comme si elles étaient les vôtres.

5. Parlons de vos campagnes réussies, pourriez-vous citer la dernière que vous avez le plus appréciée ?

Une campagne très récente a été menée avec Cielito Querido Café, une marque de café mexicaine en concurrence avec Starbucks. Avec eux, nous avons réalisé une campagne intitulée « Des saveurs qui sonnent », avec la collaboration de Gaby Ruíz, qui, en plus d'être l'un des meilleurs chefs du Mexique, souffre d'une maladie appelée synesthésie, qui lui fait percevoir des odeurs ou des saveurs très fortes. détails des sons. Eh bien, d'une certaine manière, elle cuisine des chansons, ce que je trouve incroyable. Ensuite, nous avons eu l'idée de nous unir à elle et à des groupes musicaux mexicains pour créer des plats et des produits pour le restaurant en rapport avec les chansons. Nous avons développé tout un menu qui, involontairement, a influencé la marque, mais pas seulement par la communication, mais par le produit. J'aime ce type de campagnes car elles reflètent en grande partie ce que nous aimons faire chez Anonymous, c'est-à-dire ne pas seulement faire des publicités, mais développer des idées comme celles-ci, qui permettent même l'innovation d'une marque.

6. Quel a été le défi le plus important que vous ayez rencontré dans le domaine de la publicité ?

Décidément, avoir fondé ma propre entreprise, sans aucun investissement en capital, sans aucun partenaire, avec rien d'autre que mon envie de faire les choses, c'est le plus grand défi que j'ai relevé. Ensuite, assumer la responsabilité de toutes les personnes qui travaillent dans l'agence, générer des emplois, payer la masse salariale et, bien sûr, l'énorme responsabilité de répondre avec des résultats aux clients qui me font confiance. Donner des résultats représente un défi majeur, bien plus que mener une campagne.

7. Selon vous, que manque-t-il à la publicité au Mexique pour décoller ? Et en Amérique Latine en général ?

Nous sommes l'un des pays les plus créatifs au monde. S'il y avait un championnat du monde de mêmes, nous, les Mexicains, serions les champions. C'est-à-dire que la créativité dont font preuve les gens dans la rue est incroyable, et la façon dont les gens affrontent la vie dans un pays comme celui-ci est également incroyable. Je dis toujours que lorsqu'on vit dans un pays d'Amérique latine, il faut être créatif juste pour survivre, on ne peut pas ne pas l'être. Il me semble donc qu'il nous reste encore à apprendre à embrasser notre culture, notre façon d'être

et nos racines. La publicité n'est pas à la hauteur de la créativité du pays, c'est le gros problème ici au Mexique. Et si nous parlons de la région, je crois que, dans la mesure où nous embrasserons davantage ce qui nous rend si uniques et en même temps si semblables, nous surprendrons le monde. En Amérique latine, nous n'apporterons pratiquement aucune contribution à l'économie mondiale, mais ce que nous pouvons faire, c'est contribuer à la créativité. L'Amérique latine est pour moi un vivier de talents créatifs.

8. Où sont les Anonymes et où va-t-il ?

Quatorze ans plus tard, l'agence est dans un moment de grande consolidation, dans un moment incroyable, car nous sommes déjà devenus un groupe de communication. Aujourd'hui nous disposons déjà de notre propre agence d'expérience, nous disposons d'une offre de services intégrée, d'un espace digital et data. Nous avons cessé d'être une agence de publicité il y a longtemps pour devenir un groupe de communication. Je vous dirais qu'aujourd'hui, au Mexique, nous avons peut-être l'une des listes de clients les plus diverses et les plus incroyables qui soient. Nous avons de très gros clients internationaux comme Volkswagen, Johnson & Johnson, Nestlé, mais aussi des clients locaux issus de très grandes industries. Un mélange de marques très riche dans toute l'agence, auquel je n'aurais jamais cru lorsque j'ai créé l'entreprise.

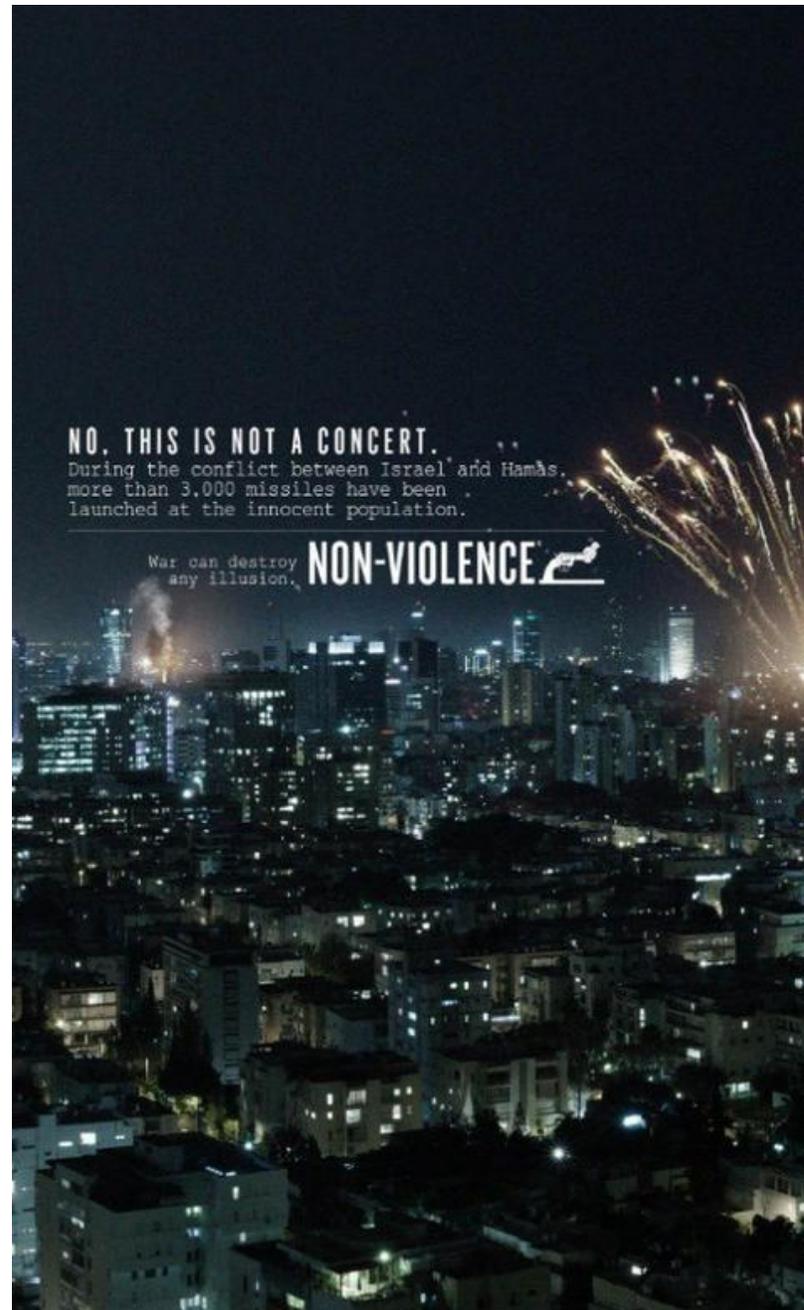
9. En remontant le temps, quels conseils donneriez-vous à Raúl Cardós le premier jour où il a mis les pieds dans une agence ?

Mettez beaucoup de passion dans ce que vous faites. L'idée n'est pas d'être le meilleur créatif ou le meilleur publiciste du monde, c'est impossible, mais ce qui est possible, c'est d'être celui qui veut le plus, celui qui a le plus de passion pour ça, celui qui veut apprendre le plus, le plus curieux. Cette industrie est très belle, mais elle demande beaucoup de tolérance, beaucoup de passion et une grande envie d'apprendre. Un conseil aux jeunes d'aujourd'hui est de ne jamais se sentir trop bien ni trop croire. Il y a une chose que j'ai toujours maintenue, c'est que j'ai les pieds sur terre. Au moment où vous croyez que vous faites ce que vous faites, vous cessez de l'être parce que vous croyez déjà que vous n'avez plus rien à améliorer.

10. Enfin, comment voyez-vous l'avenir du secteur de la publicité et quel sera, selon vous, l'impact des nouvelles technologies sur celui-ci ?

Nous travaillons dans une industrie où, pour moi, rien ne pourra jamais remplacer l'esprit humain. Les machines pourraient faire des milliers de choses, mais l'intuition et la créativité sont des choses qui ne pourront jamais être remplacées.

La technologie est un outil qui nous aide à faire notre travail et qu'ils nous facilitent les choses, ils nous inspirent même, mais ils ne sont que cela. L'intelligence artificielle ne pourra pas remplacer ceux qui sont vraiment bons.





Il ne s'agit
pas seulement de
prendre soin de
l'environnement, il s'agit
aussi de prendre soin
de vous

SOFT SKILLS POUR ÊTRE UN PROFESSIONNEL COMPLET

Les soft skills sont devenues de plus en plus importantes dans les processus de recrutement dans tous les secteurs

Aujourd'hui, dans un monde du travail compétitif, l'importance des compétences techniques – dites dures – dans tous les secteurs est indéniable. Cependant, il existe un autre ensemble de compétences qui gagnent de plus en plus en importance dans le domaine professionnel, appelées soft skills.

Selon la Division du marché du travail et de la sécurité sociale de la Banque

Banque Interaméricaine de Développement (BID), tout au long de l'histoire, ce qui a permis de maintenir l'emploi malgré l'automatisation des tâches, c'est la création de nouveaux métiers qui ne peuvent être exercés que par des êtres humains dotés de compétences générales.

"On peut dire que parmi les compétences professionnelles de base et fonctionnelles, les soft skills se distinguent comme les plus importantes, car ce sont celles qui permettent de déterminer la réalisation d'un objectif, avec les ressources disponibles dans un temps donné", explique Ivonne Vargas, experte en formation et auteur du best-seller Hire Me.



Après le confinement dû au COVID-19, ces compétences sont devenues plus importantes en raison de la résistance des employés à la communication interpersonnelle.

« À partir de 2021, plus que les soft skills, nous parlons de compétences de vie, comme celles qui vont au-delà du travail, car elles nous aident dans tous les aspects de notre vie, comme obtenir un diplôme ou même pratiquer un sport », souligne Adolfo Corona, expert en éducation et chercheur à l'Université nationale autonome du Mexique (UNAM).

Selon la BID, les compétences générales sont diverses et ne se limitent pas aux compétences et aux connaissances que nous acquérons au cours de la première étape de notre vie. Au contraire, les compétences nécessaires au travail sont cultivées, développées et acquises jour après jour.

Dans la région, la grande majorité des programmes académiques des établissements d'enseignement supérieur comportent un sujet ou une activité à cet égard. Cependant, ces compétences sont mieux développées dans les activités parascolaires telles que les sports et les environnements sociaux.

« Lorsque les universités se concentrent beaucoup sur des aspects techniques tels que la conception pédagogique, la comptabilité ou la médecine, elles forment des professionnels hautement qualifiés.

"Ils sont bons au niveau technique, mais ils ne possèdent pas les compétences nécessaires pour pouvoir passer au milieu professionnel, comme les programmes liés au sport, à l'assistance sociale ou à la culture", poursuit Adolfo Corona, qui est également l'auteur de Educational Innovation : La responsabilité sociale de la formation des professionnels pour le 21e siècle.

Dans les années 90 et 2000, on pensait que tout ce qui était extrascolaire ne constituait pas une partie importante de la formation, ce qui a donné naissance à la génération des Millennials, qui, pour la plupart, manquent de ce type de compétences. Ces compétences ne sont pas l'objet d'un enseignant, mais plutôt un domaine de connaissances au sein de tous les domaines d'études.



En route vers 2030

L'intelligence émotionnelle, la communication efficace, l'adaptabilité, le travail d'équipe et la pensée critique font partie des compétences générales traditionnelles pour réussir au travail et dans la vie. Cependant, vers 2030, certains des plus demandés par les nouveaux programmes de travail sont :

Maturité sociale.

« On parle beaucoup de la génération du cristal de manière péjorative, mais la vérité est que ce manque de compétence sociale fait référence au manque de capacité des professionnels à valoriser les normes sociales », déclare Corona.

Concentrez-vous sur les résultats.

Cette compétence de vie s'applique non seulement au travail, mais dans toute activité qui implique de se concentrer sur l'obtention d'un résultat et de connaître le processus pour y parvenir.

Compétences en leadership et en influence.

« Les personnes capables de guider, d'inspirer et de motiver les autres sont très recherchées sur le marché du travail. Les compétences nécessaires pour influencer positivement les autres sont de plus en plus valorisées, même sans position de leadership formelle », souligne Majo Castillo, directeur des opérations chez Sesame HR.

Innovation.

On pense que l'innovation n'est liée qu'à la technologie. Cependant, l'innovation permet aux professionnels de se concentrer sur la manière de résoudre les problèmes et pas nécessairement sur les processus. « **Penser de manière créative pour générer de nouvelles idées et promouvoir l'innovation est indispensable à la continuité des activités** », déclare Castillo.

Initiative.

Cela fait référence à la capacité de prendre des risques et d'anticiper. On voit beaucoup de collaborateurs qui n'ont pas forcément envie de prendre des risques ou de sacrifier des choses pour obtenir un résultat. "L'expression celui qui ne risque pas ne gagne pas parle d'initiative et les entreprises recherchent des personnes qui en ont", ajoute Adolfo Corona.

Esprit de croissance.

« Avoir un état d'esprit de croissance nous permet de considérer les erreurs et les échecs comme des opportunités d'apprentissage », explique Majo Castillo.

Apprenez à apprendre.

L'une des compétences également très valorisées par les organisations, et qui a même été illustrée par certains sites d'emploi, est la capacité d'apprendre à apprendre au quotidien.

Au rythme de la digitalisation

L'adoption de nouvelles technologies dans l'environnement de travail a généré une prise de conscience croissante de l'importance des compétences générales. Eh bien, même si l'automatisation suppose des tâches routinières et répétitives, les compétences humaines et non reproductibles transcendent également la transformation numérique.

« On dit que l'un des postes où il y a beaucoup de difficultés en termes de soft skills est celui de l'ingénierie ou des personnes orientées vers la partie programmatique, car ces types de carrières ont généralement des connaissances théoriques et techniques très spécifiques. . Ainsi, quand on parle de pénurie de talents, cela signifie que les candidats manquent du binôme entre compétences fonctionnelles et soft skills », ajoute la conférencière Ivonne Vargas.

Les professionnels du numérique peuvent ainsi créer une mixité de compétences et promouvoir de nouveaux modèles économiques au rythme de l'évolution technologique. « Lorsque les candidats parviennent à avoir un profil qui combine adéquatement compétences générales et compétences numériques, cela est non seulement plus attractif au niveau du recrutement, mais cela leur permet également d'améliorer leur position salariale de 20 à 35 % », ajoute Vargas.

Comme le réaffirme la BID, les employeurs recherchent non seulement des profils qui répondent aux exigences traditionnelles telles que la possession d'un diplôme universitaire, mais également des professionnels faisant preuve d'adaptabilité et disposés à se former continuellement pour acquérir de nouvelles compétences, même en utilisant des outils de formation flexibles. Avec un avant et un après la pandémie, les soft skills continueront de gagner en pertinence dans les processus de recrutement de tous les secteurs.





LE PLAISIR DE MANGER CONSCIEMMENT

La gastronomie durable est une tendance croissante à l'échelle mondiale

Lorsque nous cuisinons, nous jetons généralement des parties de la nourriture que nous pensons traditionnellement inutiles. Nous jetons probablement aussi les aliments périmés ou ceux que nous n'avons pas fini de manger. Ce que nous ne prenons pas en compte, c'est que cela finit par devenir de grandes quantités de déchets si

Nous ajoutons toutes les maisons, restaurants et autres services de restauration.

Selon le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), on estime que 931 millions de tonnes de nourriture ont fini dans les poubelles dans le monde en 2019, ce qui représente 17 % du total des aliments consommables au niveau mondial. On s'attend donc à ce que ce pourcentage ait un fort impact économique, social et environnemental.

Selon les Nations Unies (ONU), entre 8 et 10 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre sont associées à des aliments non consommés.



En réponse à ce problème, qui est généralement loin d'être important sur l'agenda politique en Amérique latine, est née une idée sociale appelée Gastronomie Durable, dont le concept est basé sur une cuisine qui connaît l'origine des ingrédients ; c'est-à-dire comment ils sont cultivés et comment ils atteignent nos marchés. De même, cela implique l'idée d'appliquer des stratégies permettant d'utiliser autant que possible tous les aliments, afin de réduire le gaspillage.

Aliments « verts »

Les aliments biologiques jouent un rôle crucial dans notre santé et notre bien-être. Leur importance réside dans le fait qu'ils sont cultivés et produits sans utilisation de pesticides de synthèse, d'engrais chimiques ni de modifications génétiques. En choisissant ces aliments, nous sommes respectueux de l'environnement car ils sont cultivés selon des méthodes durables qui favorisent la conservation des sols, la biodiversité et la qualité de l'eau.

Toutefois, en Amérique latine, il s'agit toujours d'un créneau en pleine croissance, puisque l'agriculture conventionnelle continue de dominer la région. « Le marché du bio est encore très petit, mais c'est une tendance mondiale ; De plus, de plus en plus de réglementations

International est plus restrictif à une série de produits qui ne sont pas biologiques ou qui ne contiennent pas tous les composants biologiques », commente Gabriel Amaro, président de l'Association des guildes de producteurs agricoles du Pérou (AGAP).

Partant de l'agriculture biologique, la gastronomie durable est présentée comme une activité qui contribue à promouvoir le développement agricole, la sécurité alimentaire et la consommation responsable.

En outre, il est important de souligner que, selon les estimations, d'ici 2050, plus de 9 millions de personnes devront être nourries dans le monde. Cette projection est préoccupante, car si les habitudes alimentaires et la manière de les cultiver ne changent pas, nous serons confrontés à des problèmes d'insécurité alimentaire.

« À mesure que l'agriculture biologique se développe, la production des différents pays variera en fonction des circonstances du marché et de son évolution », conclut le président de l'AGAP.

THPUBLIC

NOUS VOUS AIDONS À
POSITIONNER VOTRE MARQUE**ANNONCEZ
ICI**@GRUPOTHEPULIC.COM
INFOinfo@grupothepulic.comwww.grupothepulic.com

+52 1 56 2774 1902

ANUNCIOS ANUNCIOS ANUNCIOS



● Cobertura **Noticiosa**

● Club de Empresas

COMUNICACION Y +AS

Ejecutivo **POWER**

MEGAMETROPOLI

CON PODERES

NR Nucleo **Rural**

ConStyling.

Noticiero E

● **PLANETA
EN VERDE**

● Señor
Noticia

**Lobe
Mark**

Negocios
para
Negocios

**Vivir
tec**

www.grupotheapulic.com

+52 1 56 2774 1902

CCORI, UN EJEMPLO DE GASTRONOMIE RESPONSABLE

"Manger pour croire" est la devise de CCORI, une initiative qui, depuis 2013, a développé des méthodologies gastronomiques appelées "Cuisine optimale" et "Recyclage culinaire", dont le but est l'utilisation maximale des aliments.



Si l'on parle d'une peau de banane, il est normal de penser qu'elle a sa place à la poubelle. Cependant, pour Palmiro Ocampo, le chef péruvien à l'origine de ce projet, la peau de ce fruit a un fort potentiel qui peut être utilisé comme aliment ; Autrement dit, vous pouvez préparer des plats non seulement avec la banane mais aussi avec la peau.

« Une fois qu'ils l'ont mangé, sans que je le demande, ils viennent me dire : je n'ai jamais mangé ça. C'est délicieux, c'est croustillant", déclare Ocampo, qui s'est d'abord consacré à la haute cuisine et mène une carrière renommée à l'étranger.

Dans ce contexte, l'éducation est un point important à considérer, car elle implique que les gens reconnaissent les propriétés des aliments traditionnellement considérés comme des déchets et, à partir de là, soient capables de créer de nouveaux plats alimentaires. De cette façon, nous contribuons non seulement à la réduction des déchets, mais ce serait également une forme d'économie pour les personnes ayant de faibles ressources économiques.

Pour mettre cette idée en pratique, le CCORI, à travers le programme social « Kindness Kitchens », a réussi à former les cuisiniers de 52 soupes populaires de Lurín, dont le projet a été un succès total.



D'ici 2023, ils prévoient de couvrir plus de 100 salles à manger dans la Villa María del Triunfo. « Dans ce cas, nous ne serons pas seulement les membres du CCORI, mais aussi les cuisiniers formés à Lurín. « Ils vont faire partie du corps enseignant, ce qui représente aussi une opportunité d'emploi. »



Avant la pandémie, les chiffres nous disaient que 8 millions de personnes souffraient d'insécurité alimentaire au Pérou, mais malheureusement aujourd'hui, elles sont 16 millions. Avec la formation et la diffusion de son message, le CCORI espère pouvoir également commencer à lutter contre ce problème.

Il convient de noter que chaque préparation contenant ce qui est considéré comme un « déchet » a une base scientifique, puisque toutes ses propriétés et nutriments ont été étudiés.

Chaque plat est le résultat d'une recherche ardue ainsi que de techniques culinaires modernes et anciennes.

Rappelons qu'une gastronomie qui optimise les aliments est une cuisine de grande valeur. Il ne devrait donc pas être si difficile de céder la place à de nouvelles saveurs et textures. Il est entre nos mains de soutenir cette tendance.



RECYCLAGE INCLUSIF **POUR UN MONDE PLUS VERT**

Depuis 2018, Recicla Latam a réussi à valoriser plus de 4 600 tonnes de déchets valorisables.

Plus de deux milliards de tonnes de déchets sont produits chaque année dans le monde et au moins 33 % d'entre eux ne sont pas traités, selon le rapport « What a waste 2.0 », publié par la Banque mondiale. Cela représente l'un des problèmes majeurs actuels, puisqu'on estime que ce chiffre augmentera de 70 % d'ici 2050.

Dans ce contexte, Recicla Latam est une organisation à but non lucratif qui cherche à sensibiliser, à articuler des actions et à promouvoir le recyclage inclusif en Amérique latine afin de parvenir à une économie circulaire. Ce modèle « vise à optimiser les ressources, à réduire la consommation de matières premières et à utiliser les déchets en leur donnant une nouvelle vie pour les transformer en nouveaux produits », explique Fiorella Danjoy, directrice exécutive de Recicla Latam.



Selon Danjoy, l'un des plus grands défis pour parvenir à cette économie circulaire est « la nécessité de formaliser la chaîne de recyclage ». L'absence de réglementation plus rigoureuse sur les décharges en Amérique latine signifie qu'une grande partie des déchets ne sont pas traités de manière adéquate et deviennent un problème écologique.

Seuls des pays comme le Pérou ont généré plus de 23 000 tonnes de déchets solides par jour jusqu'en 2022, dont 78 % peuvent être réutilisés, selon les chiffres du ministère de l'Environnement (MINAM). Cependant, 40 % de ces déchets finissent dans les rivières, les lacs, les mers ou les décharges sauvages, créant ainsi une importante source de pollution environnementale.

Il est essentiel de connaître le problème de jeter quelque chose sans le séparer ni le recycler. Les déchets mal collectés et éliminés ont un impact important sur la santé et l'environnement. Même d'un point de vue économique, opter pour une gestion durable des déchets réduirait les coûts liés à la résolution ultérieure de tous les problèmes qui découlent du fait de ne pas le faire.

La formalisation de la chaîne de recyclage générerait non seulement un impact positif sur l'environnement, mais aurait également « un fort impact sur les conditions socio-économiques de la société, puisqu'elle génère de nombreux emplois et améliore les conditions de vie de centaines de milliers de personnes. des personnes qui vivent directement ou indirectement du recyclage », explique Danjoy.



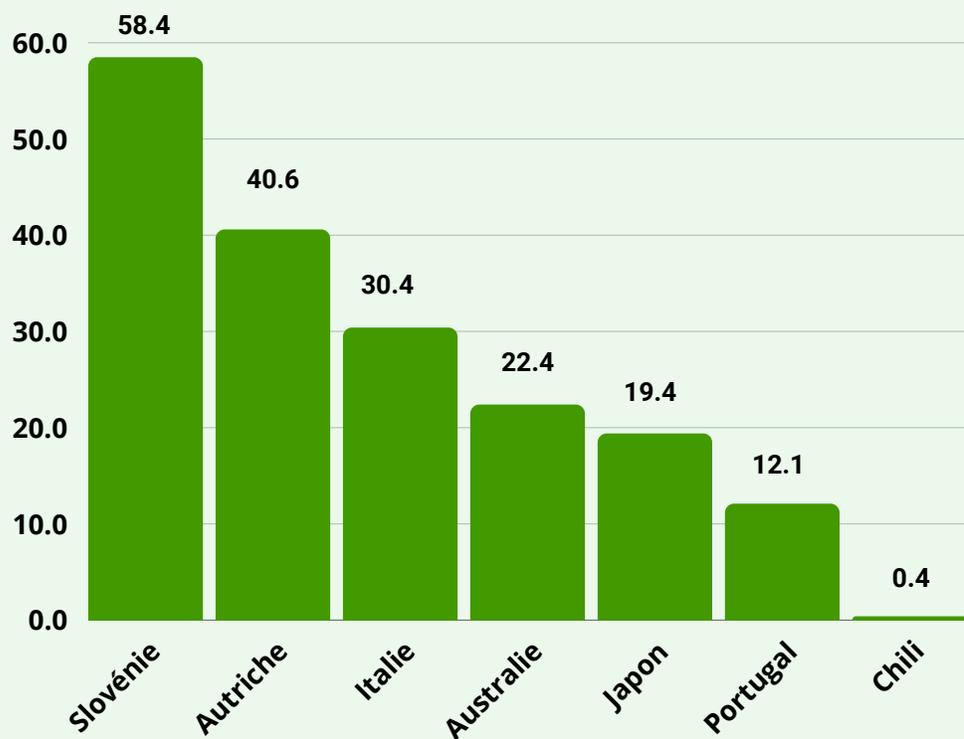
Face à ce scénario, pour Recicla Latam il est important de passer de la théorie à la pratique. Depuis 2018, ils ont réussi à éduquer plus de 120 000 personnes au recyclage et à intégrer 1 700 stations de recyclage dans des espaces publics et privés tels que des entrepôts, des centres commerciaux, des écoles et des universités. De plus, ils ont obtenu le soutien des communes pour valoriser plus de 4 600 tonnes de déchets utilisables et générer 12 165 nouvelles filières de recyclage.

Enfin, Fiorella Danjoy nous invite à rappeler que, même si ce sont les recycleurs qui collectent les conteneurs et les stockent, cet effort doit commencer par le consommateur. Il s'agit de parvenir à une collaboration public-privé pour faciliter la chaîne de recyclage, en plus d'être conscient de nos déchets et de leur gestion.



TAUX DE RECYCLAGE DES DÉCHETS SOLIDES MUNICIPAUX DANS CERTAINS PAYS DU MONDE EN 2021

Période de l'enquête 2021



Source : Statista

PLANETA
EN VERDE

STUDIO 56

Films

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

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



FOSSÉS D'INFILTRATION : LE SUMMUM DE L'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATIVE

Le Jardin Botanique National de Viña del Mar nous montre l'importance d'appliquer cette technique pour le secteur agricole.

Comme nous le savons bien, l'agriculture est la principale source de nourriture pour la population mondiale. Cependant, la sécurité alimentaire est affectée par les effets du changement climatique, de plus en plus présents dans diverses régions.

Dans ces conditions, l'agriculture régénérative s'avère être une option incontestable pour la production actuelle. Dans ce

Dans ce contexte, les fossés d'infiltration sont une technique qui joue un rôle crucial dans trois piliers : la conservation de l'eau, la santé des sols et l'intégration de la biodiversité.

D'une part, les fossés d'infiltration permettent de capter et de stocker l'eau de pluie. Au lieu de laisser cette ressource vitale s'écouler à la surface et provoquer une érosion,



les fossés retiennent l'eau, contribuant ainsi à recharger les aquifères souterrains et à maintenir un approvisionnement en eau plus constant pour les cultures en période de sécheresse.

Un exemple de bonne gestion de cette technique sont les fossés d'infiltration gérés par la Fondation Nationale du Jardin Botanique de Viña del Mar, au Chili, dont l'unité s'étend sur 400 hectares. Il convient de noter que cette initiative est née grâce à l'accord entre Bosques del Norte et la multinationale Coca-Cola, puisque l'entreprise de boissons devait faire un bilan hydrique de l'eau qu'elle utilise.

"Pour chaque Coca-Cola fabriqué

Il y a un gaspillage d'eau et ils doivent la restituer à la planète par souci de responsabilité sociale. C'est pourquoi ils ont décidé de faire cette intervention ici, au Jardin Botanique, où nous avons réussi à construire 30 kilomètres de fossé d'infiltration", explique Alejandro Peirano, secrétaire technique exécutif de la fondation.

Sur ces 30 kilomètres, il y a de la place pour environ 300 fossés, et chaque fossé accumule 2 mètres cubes d'eau pour chaque pluie. En général, ce sont 600 mètres cubes d'eau qui entament un parcours descendant et non horizontal.

« Les conceptions de ces tranchées sont des excavations de 10 mètres de long

40 centimètres de profondeur, 40 en bas et 60 en haut. Ce que nous voulons rechercher, c'est que l'eau ne coule pas mais tombe dans ce fossé et commence un chemin vertical vers le bas, car nous avons besoin que l'eau reste sur le territoire et ne se dirige pas rapidement vers la mer", détaille-t-il.

D'un autre côté, rappelons que l'érosion des sols est l'une des principales causes de perte de fertilité et de dégradation des terres, ce qui peut avoir un impact significatif sur la productivité agricole. Dans ce cas, les fossés d'infiltration jouent un rôle fondamental, ils ne peuvent donc pas être réalisés n'importe où.

« Pente maximale de 30 %, car sinon une inondation pourrait survenir. De plus, le sol ne doit pas être trop argileux et ne doit pas gêner la végétation, car les arbres sont les meilleurs pièges à eau », recommande-t-il.

Enfin, cette technique collabore avec la biodiversité du terrain. Les fossés d'infiltration peuvent fournir des habitats supplémentaires aux plantes et aux animaux. Une plus grande biodiversité peut aider à lutter naturellement contre les ravageurs et les maladies et à améliorer la résilience de l'écosystème agricole dans son ensemble.

« Les champs de bétail ne sont pas irrigués régulièrement et survivent grâce à l'eau de pluie ; Ainsi, le fait d'infiltrer l'eau recharge les aquifères et cela fait que le bétail bénéficie d'un fourrage de meilleure qualité et de beaucoup plus de temps à l'état vert, un ou deux mois de plus que la période habituelle », affirme-t-il.

Il ne fait aucun doute que dans les zones sujettes à des phénomènes météorologiques extrêmes, tels que les sécheresses ou les inondations, disposer de réserves d'eau pour l'agriculture peut s'avérer crucial pour maintenir la production alimentaire et réduire la vulnérabilité des communautés rurales.

« Si chacun de nous avait un fossé dans son champ, sa maison ou son jardin, nous collaborerions avec l'eau de tous les habitants de cette planète. Je le répète, c'est une action collaborative, humaine et très protectrice pour l'environnement », conclut Alejandro Peirano.



BUSINESS CASUAL POUR UN HOMME MODERNE

Ce style cherche à trouver un équilibre entre le confort élégant et informel. Mais attention, les vêtements ne dépendront pas seulement du style personnel, mais aussi du domaine dans lequel vous travaillez.



Au fil des années, l'uniforme traditionnel costume-cravate a été **remplacé par un style plus décontracté**, la majorité étant des **hommes modernes qui optent pour cette mode.**

Mode

Dans cette édition, nous vous présentons 5 tenues business décontractées pour les papas modernes et quelques recommandations qui accompagnent ce look.

1. Chemises et polos

Portez une chemise habillée déboutonnée sur le dessus et laissez la veste **du costume ouvert pour lui donner un aspect plus détendu. Si vous préférez porter un polo, optez pour un style chemise et de préférence dans des couleurs sombres.**



2. Pantalon

Bien que les pantalons formels ne se démodent jamais au bureau, les jeans sont aujourd'hui également une option acceptable dans les tenues d'affaires décontractées. N'oubliez pas que si vous choisissez un jean, vous devez porter par-dessus quelque chose de plus formel et ainsi respecter l'équilibre.



3. Chaussures

Les mocassins sont parfaits pour cette mode. Nous vous recommandons de ne pas vous contenter de chaussures d'une seule couleur, mais plutôt d'utiliser plusieurs options. Les baskets sont une autre alternative pour

Mode

briser les limites. Si vous comptez utiliser ces dernières, essayez de les mélanger correctement avec la tenue que vous avez choisie.



4. Des vêtements chauds

Le style business casual ouvre la porte à de nombreux autres styles de vêtements d'extérieur. Par exemple, vous pouvez combiner votre look avec un bomber en cuir, un **une saharienne, une veste en jean, un manteau en laine ou encore un trench-coat.** En réalité, cela dépendra de la météo et des vêtements que vous portez en dessous.



5. Accessoires

Supprimez le gilet, la cravate et la pochette de costume. Alternativement, vous pouvez choisir de porter une paire de chaussettes de couleurs plus vives ou une ceinture qui **contraste.** En soi, porter moins d'accessoires traditionnels vous donnera une apparence plus décontractée, ce que nous recherchons.



**Qu'est-ce que
le business
casual ?**

Ce style cherche
à atteindre un
équilibre entre
élégance et
confort.

informel.

Mode

ConStyling.

9

ÉTAPES
POUR UN

ROUTINE DE SOIN
IDÉALE



Notre peau est exposée à de multiples polluants de jour comme de nuit, appliquer une routine de soins est donc le moyen idéal pour conserver un visage beau, hydraté et propre.

Si vous souhaitez vous adapter à une routine efficace, voici un petit guide **À propos de l'ordre des produits à appliquer sur votre peau :**

1. Nettoyant

Élimine le maquillage, la sueur et la pollution

2. Exfoliant

Élimine les cellules mortes et lisse la texture du visage

3. Tonique

Équilibre le pH de la peau et restaure son acidité naturelle

4. Sérum

Réduit l'apparition prématurée du vieillissement

5. Masques

Équilibre le pH de la peau et restaure son acidité naturelle

6. Contour des yeux

Prévient les cernes et les rides

7. Hydratant

Hydrate toute la peau et scelle l'humidité

8. Crème solaire (matin)

Protège des rayons ultraviolets

9. Sac de couchage (noche)

C'est un masque de nuit qui améliorera la peau le matin



LES 9 ÉTAPES DU SOIN DE LA PEAU



Nettoyeur



Exfoliant



Tonique



sérum



masques



Contour
des yeux



Crème
hydratante



Protecteur
solaire



Sac de
couchage

DONNÉ:

Toutes les étapes ne doivent pas être effectuées quotidiennement. N'oubliez pas non plus que vous devez choisir chaque produit en fonction de votre type de peau et de vos besoins. Commencez dès maintenant et vous aurez bientôt une peau enviable !



GESTION

CONSEILS

Conseils pour les esprits brillants



AU DÉBUT DE LA JOURNÉE

Identifiez et écrivez :

- Aujourd'hui, je vous remercie pour...
- Aujourd'hui, je vais me concentrer sur...
- Aujourd'hui, je vais m'en débarrasser...

2. AUGMENTEZ VOTRE EFFICACITÉ

- Organisez vos activités par plages horaires.
- Réservez du temps pour travailler sans notifications ni interruptions.
- Créez des habitudes de votre routine.

3. AMÉLIOREZ VOTRE COMMUNICATION

- Utilisez un ton de voix approprié.
- Créez des messages concis et affirmés.
- Pratiquez l'écoute active avec votre équipe.

4. ÉLIMINEZ L'AUTOCRITIQUE

- Jetez le négatif et analysez votre performance globale.
- Essayez d'être flexible avec vous-même et avec les autres.
- Transformez les échecs en opportunités d'amélioration.

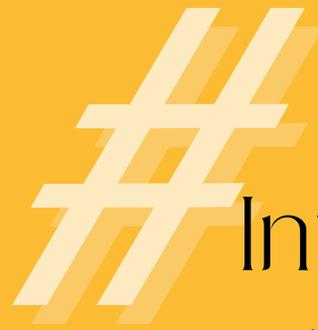
5. DÉTERMINEZ VOTRE FAÇON DE DIRIGER

- Analysez et définissez le type de leader que vous souhaitez être.
- Écrivez votre vision du leadership.
- Décidez ce que vous comptez apporter en tant que leader.

6. DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS

- Convenez des objectifs avec votre équipe.
- Définissez des objectifs SMART.
- Suivre les progrès et analyser les résultats.

THEPUBLIC
groupethepublic.com



Influenceurs
pour votre
audience en
Amérique
Latine

info@grupothepublic.com
+52 1 56 2774 1902

THE PUBLIC

NOUS SOMMES
**GRUPO
THE PUBLIC**

INFO@GRUPOTHEPUBLIC.COM

● Cobertura **Noticiosa**

○ Club de Empresas

COMUNICACION Y +AS

Ejecutivo **POWER**

MEGAMETROPOLI

CON PODERES

NR Nucleo **Rural**

Con Styling.

Noticiero E

● **PLANETA
EN VERDE**

Señor
Noticia

**Lobe
Mark**

Negocios
para
Negocios

**Vivir
tec**

www.grupothepulic.com
+52 1 56 2774 1902