N.22 THEPUBLIC 06/2025

TECHOS VERDES

LA RESPUESTA AL CALOR DE LAS CIUDADES

ROBOTICA

LA MEDICINA DEL MOVIMIENTO

MODA LATINOAMERICANA

FUSIÓN DE TRADICIÓN Y VANGUARDIA

ENTREVISTA

CELIA NAVARRETE

Directora de Expo Pack Guadalajara

grupothepublic.com

THEPUBLIC
EN ESTA EDICIÓN

EDICIÓN ANTERIOR

Entrevista con Daniela Osores, Directora de Banco de Alimentos del Perú.

Los gemelos digitales convierten los edificios en plataformas inteligentes. **6**

Una estrategia de precios sólida impulsa tu negocio en tiempos de crisis **12**

Frente a aranceles, inflación y consumo a la baja, las empresas deben ir más allá de solo subir precios o absorber costos; la clave está en rediseñar su estrategia.

La medicina del movimiento se reinventa con ayuda de la robótica **16**

La integración de equipos inteligentes en la neurorehabilitación abre nuevas posibilidades de personalización y eficiencia.

La sustentabilidad del futuro está en la agricultura que imita al bosque **20**

Los llamados bosques comestibles son una alternativa agroecológica que combina producción, conservación y desarrollo comunitario en un solo modelo sostenible.

El empaque impulsa la ventaja competitiva de las empresas **26**

En México, la Expo Pack 2025 se posiciona como un punto de encuentro clave para entender cómo los empaques están evolucionando hacia soluciones más eficientes y sostenibles.

THEPUBLIC
EN ESTA EDICIÓN

34 **Octavio Navarro: “los usuarios ya no solo escuchan, también hablan y construyen las campañas con las marcas”**
Más allá de la inteligencia artificial, las verdaderas transformaciones del marketing digital se centran en cómo las marcas entienden y crean la conexión con sus comunidades.

40 **Cómo nos alimentamos en un mundo contaminado**
Más allá de las calorías y los nutrientes, los alimentos que consumimos a diario contienen partículas y químicos que amenazan nuestra salud a largo plazo.

46 **Los techos verdes son la respuesta al calor de las ciudades**
Las cubiertas vegetales ofrecen una alternativa eficaz y natural para transformar el entorno, regular la temperatura, absorber el agua de lluvia y fomentar la biodiversidad.

54 **El nuevo lenguaje de la moda latinoamericana**
Con propuestas que fusionan tradición y vanguardia, una nueva generación de diseñadores latinoamericanos transforma la moda global.

62 **Antonio Flores: “Me gusta documentar la realidad de las tradiciones”**
Convritiendo las festividades en fotografías que revelan la riqueza simbólica y la profunda dimensión cultural de estos rituales.

Directora
Nayla López

Editora
Esperanza Aguilera
eaguilera@grupothepublic.com

Redactores
Pilar Astupiña
pastupina@grupothepublic.com

Dirección de arte
Andrea García
agarcia@grupothepublic.com

Desarrollo y Tecnología
Pierre Santos
jsantos@grupothepublic.com

EDITORIAL

La innovación rara vez ocurre en soledad. Es el resultado de múltiples piezas que encajan: tecnología, sostenibilidad, diseño, salud, eficiencia. En esta edición, recorremos algunas de esas piezas que hoy están transformando sectores completos.
d ya no son una aspiración, sino una exigencia del presente.

En portada, Celia Navarrete, directora de Expo Pack, nos invita a mirar el empaque como un elemento estratégico que va más allá de proteger un producto: define identidad, impulsa la sostenibilidad y marca diferencia. Expo Pack México 2025 será clave para explorar estas transformaciones y vincular innovación con propósito.

La tecnología de los gemelos digitales (modelos virtuales que replican entornos físicos) también abre nuevas posibilidades para la gestión de edificios inteligentes. Según explica el director regional de Ventas de Hikvision México, esta herramienta permite monitorear, anticipar y tomar decisiones más precisas en tiempo real. La eficiencia y la adaptabilidad son una exigencia del presente.

También, volvemos la mirada hacia las ciudades y su relación con la naturaleza. Las cubiertas verdes emergen como una respuesta silenciosa pero poderosa ante los retos ambientales. Reducen el calor urbano, regulan el consumo energético y devuelven espacio a la biodiversidad en medio del concreto.

En el ámbito de la salud, la medicina del movimiento está atravesando su propia revolución. Con dispositivos inteligentes, plataformas virtuales y tecnologías inmersivas, la neurorehabilitación se reinventa, poniendo en el centro al paciente y apostando por una recuperación más personalizada y efectiva.

Distintos caminos, un mismo impulso: mejorar la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos con nuestro entorno. Porque en un contexto que exige cambios profundos, no basta con avanzar, hay que avanzar con sentido.

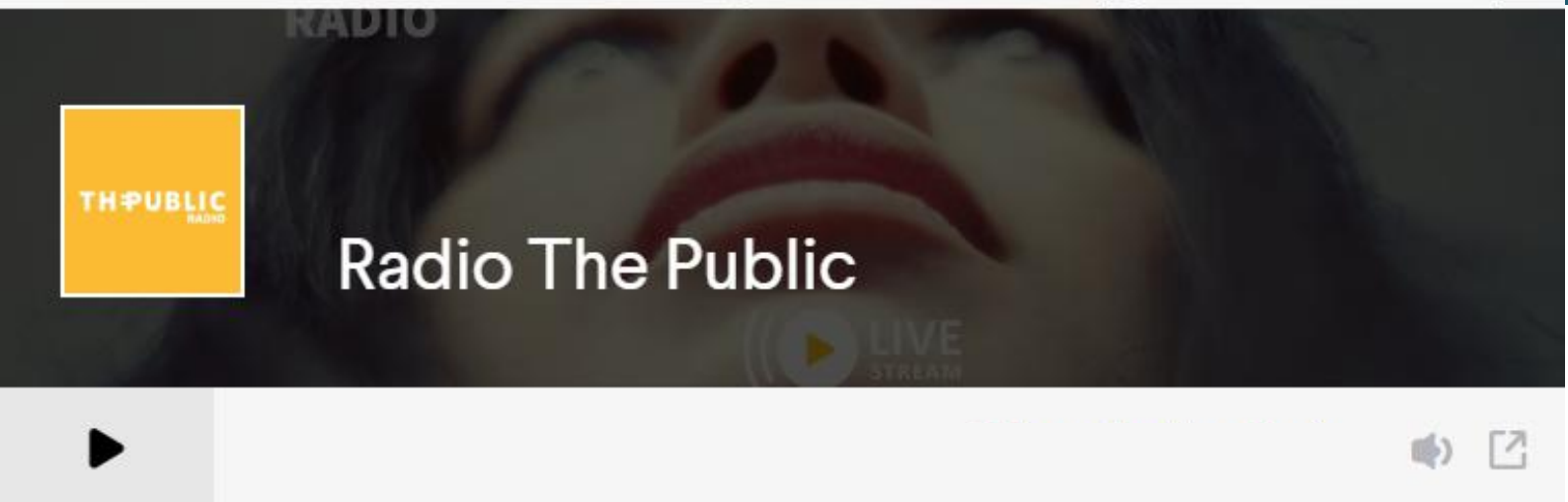
Esperanza A.

EDITORA

ZENO

Available on the App Store

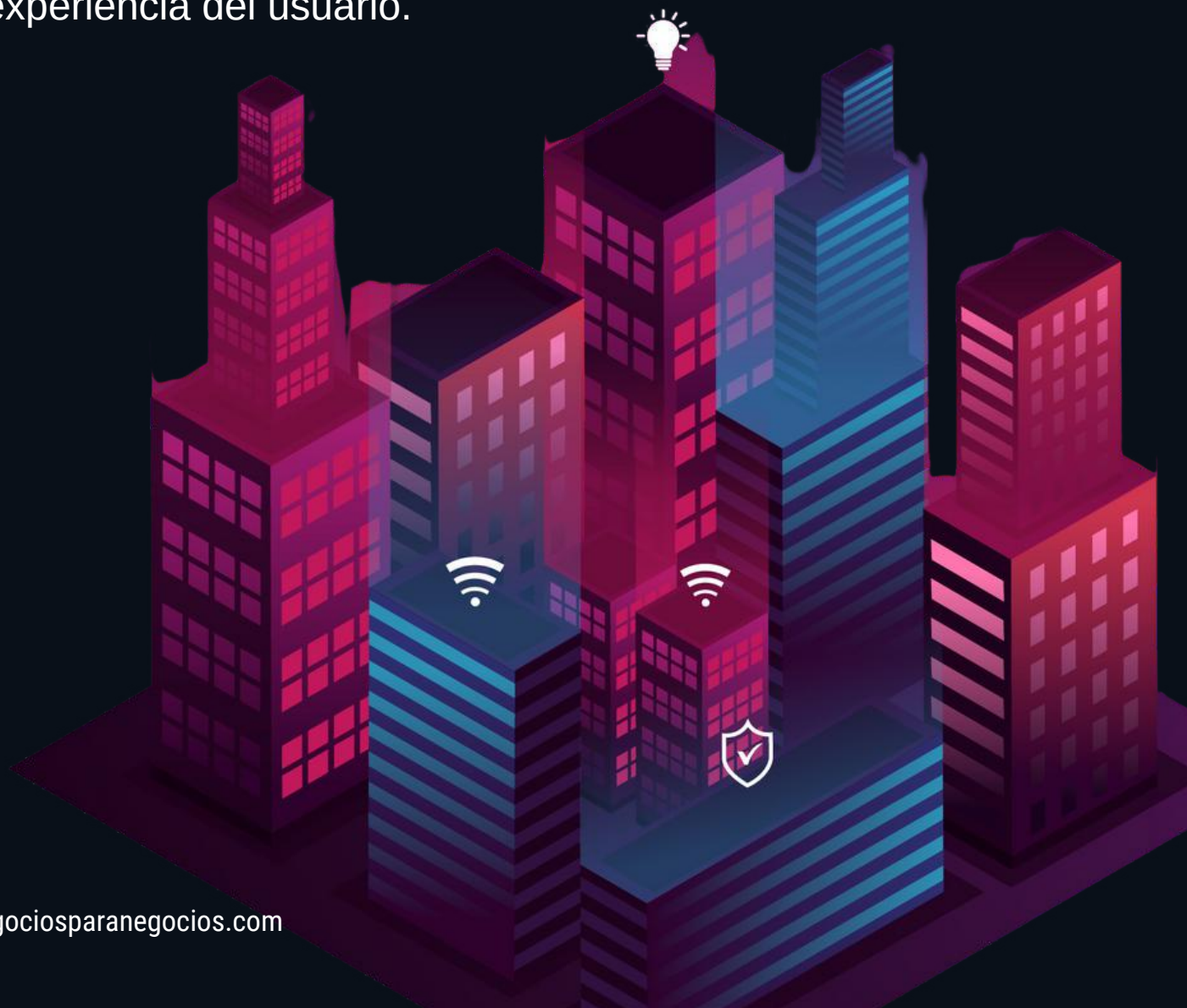
Get It On Google Play



LOS GEMELOS DIGITALES

CONVIERTEN LOS EDIFICIOS EN PLATAFORMAS INTELIGENTES

Estos ecosistemas avanzan en América Latina como solución para reducir costos, anticipar riesgos y mejorar la experiencia del usuario.



La eficiencia y la adaptabilidad son factores decisivos para el éxito empresarial, y los gemelos digitales se han consolidado como una tecnología fundamental para alcanzarlos. Estos representan una innovación tecnológica que transforma la gestión de entornos físicos, desde campus universitarios hasta plantas industriales y edificios corporativos.

Miguel Arrañaga, director regional de ventas de **Hikvision México**, empresa global especializada en soluciones de videovigilancia e inteligencia artificial, explica que un gemelo digital es "una copia exacta del edificio o campus, replicado en un modelo computacional, al que se integran sensores, cámaras y otros dispositivos para tener un control total del sitio físico desde el entorno virtual". Al crear réplicas virtuales detalladas, esta herramienta permite simular, monitorear y optimizar procesos en tiempo real, mejorando la eficiencia operativa.

Miguel Arrañaga, director regional de ventas de Hikvision

Esta réplica virtual no solo refleja la infraestructura, sino también su dinámica: quién entra, cómo se usan los recursos, e incluso el estado emocional de quienes transitan el espacio. Su aplicación impulsa operaciones más inteligentes, seguras y sostenibles, posicionándose como un recurso esencial para las organizaciones.

Aunque el uso de gemelos digitales aún se encuentra en etapa incipiente en América Latina, Arrañaga señala que ya se han implementado modelos a pequeña escala, especialmente en la industria y en los llamados *smart buildings*.

“Estamos dando pasos sólidos. Las empresas están empezando a ver los beneficios de tener control centralizado sin necesidad de estar físicamente en el lugar”, comenta. En regiones como Arabia Saudita, Hikvision ha colaborado con la universidad Qassim para desarrollar ecosistemas digitales con realidad aumentada que abarcan decenas de edificios, integrando miles de cámaras inteligentes en plataformas centralizadas.

Los beneficios de esta tecnología son múltiples: permiten analizar en tiempo real el uso de espacios, reducir costos operativos y mejorar la sostenibilidad ambiental mediante el monitoreo de energía y agua. También ofrecen ventajas pedagógicas. En el sector educativo, por ejemplo, las aulas inteligentes integradas al gemelo digital permiten experiencias más inmersivas y personalizadas para los estudiantes.

Con cámaras multiespectrales, acústicas e inteligencia artificial (IA), los sistemas recogen datos complejos que se traducen en información útil. Desde detectar una fuga de gas mediante micrófonos especiales hasta identificar patrones de comportamiento sospechoso, los gemelos digitales alimentados por IA no solo monitorean, también anticipan. “Estamos en una etapa en la que ya no hablamos solo de vigilancia, sino de análisis predictivo que ayuda a prevenir riesgos”, explica Arrañaga.

Sin embargo, la adopción de esta tecnología aún enfrenta barreras importantes: el desconocimiento por parte de tomadores de decisiones y el factor económico. “Muchas veces preferimos dejar las cosas como están porque así funcionan, pero eso no significa que no puedan mejorar”, advierte.

Afortunadamente, el abaratamiento progresivo de soluciones tecnológicas, junto con la creciente oferta de formación en inteligencia artificial, están allanando el camino hacia una adopción más generalizada.

En un contexto donde las empresas buscan eficiencia sin sacrificar seguridad ni sostenibilidad, los gemelos digitales se presentan como una opción viable y transformadora. “La clave está en no temer al cambio y en buscar socios estratégicos que acompañen la transición”, concluye.

campañas digitales
GESTIÓN
DE
INFLUENCERS
hola@grupothepulic.com
+51 963 567 326

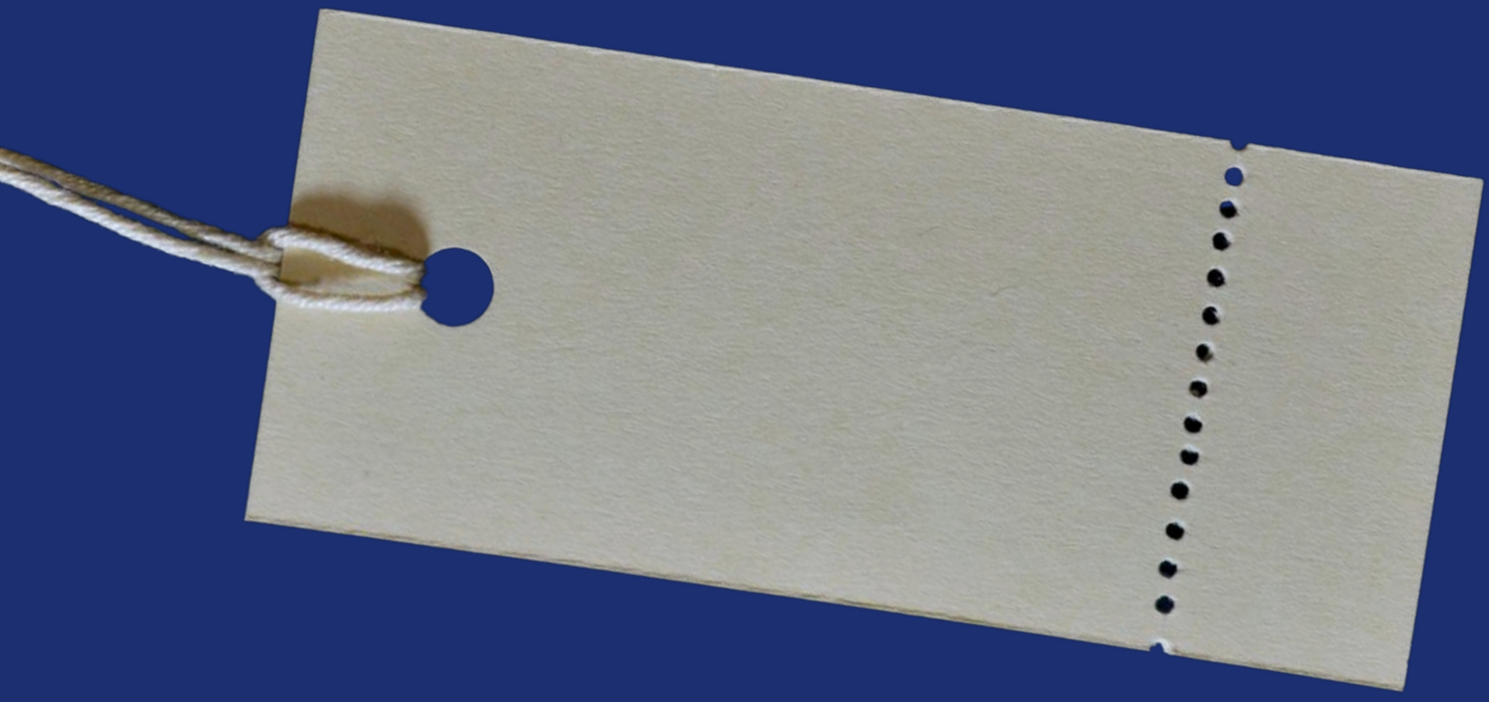
UNA ESTRATEGIA DE PRECIOS SÓLIDA IMPULSA TU NEGOCIO EN TIEMPOS DE CRISIS

Frente a aranceles, inflación y consumo a la baja, las empresas deben ir más allá de solo subir precios o absorber costos; la clave está en rediseñar su estrategia.

Las empresas en América Latina enfrentan un desafío creciente para fijar precios de manera inteligente en un entorno marcado por tensiones comerciales, volatilidad económica y presiones inflacionarias. Las recientes guerras arancelarias han afectado especialmente a sectores exportadores y dependientes de importaciones, complicando la protección de márgenes mediante simples aumentos de precios o absorción de costos.

El dilema es claro: subir precios podría alejar a los clientes; absorber los costos arancelarios podría erosionar los márgenes de ganancia. Según un informe del Banco Mundial de 2024, más del 60% de las pequeñas y medianas empresas en América Latina han reportado pérdidas de competitividad debido al aumento de insumos importados.

Una respuesta eficaz parte de la transparencia. Las empresas que comunican abiertamente las razones detrás de los ajustes de precios —por ejemplo, detallando qué parte del aumento se debe a nuevos aranceles o mayores costos logísticos— logran retener mejor la confianza del consumidor.



Por ello, entender la estrategia de la competencia y anticipar el comportamiento del consumidor es más importante que nunca. Si los competidores ajustan sus precios, se abre una ventana para hacer lo mismo sin perder clientes. Pero si deciden absorber los costos, replicar esa acción sin un plan robusto puede ser un error costoso.

Un caso ilustrativo es el de Volkswagen, que en algunos mercados ha señalado claramente en sus facturas el impacto de los aranceles, ganando aceptación pese a los incrementos. Esta estrategia puede humanizar a la empresa y establecer un vínculo honesto con el cliente, algo vital en épocas de incertidumbre económica.

Más allá de la fijación de precios directa, existen tácticas complementarias que pueden fortalecer el margen sin sacrificar volumen:

1

Diseño de paquetes promocionales: una estrategia que consiste en combinar productos gravados con otros exentos, de modo que se diluya el impacto del aumento en el precio final y se ofrezca al consumidor una percepción de mayor valor. Esta práctica ha sido eficaz en sectores como la comida rápida: según un estudio de *Intouch Insight*, un 26 % de los consumidores compran más cuando se les ofrece un "combo económico", incluso si originalmente no planeaban gastar más.

2

Segmentación por valor: ofrecer versiones reducidas o simplificadas de productos puede retener a los clientes sensibles al precio. Esto ya se ha visto en sectores como el del cuidado personal o alimentos, donde empresas han lanzado presentaciones más pequeñas manteniendo el precio unitario, evitando así ajustes visibles que provoquen rechazo. Eso sí, se debe actuar con cautela, la marca de bebidas Tropicana perdió un 19 % de ventas tras reducir el tamaño de sus botellas sin comunicarlo claramente.

3

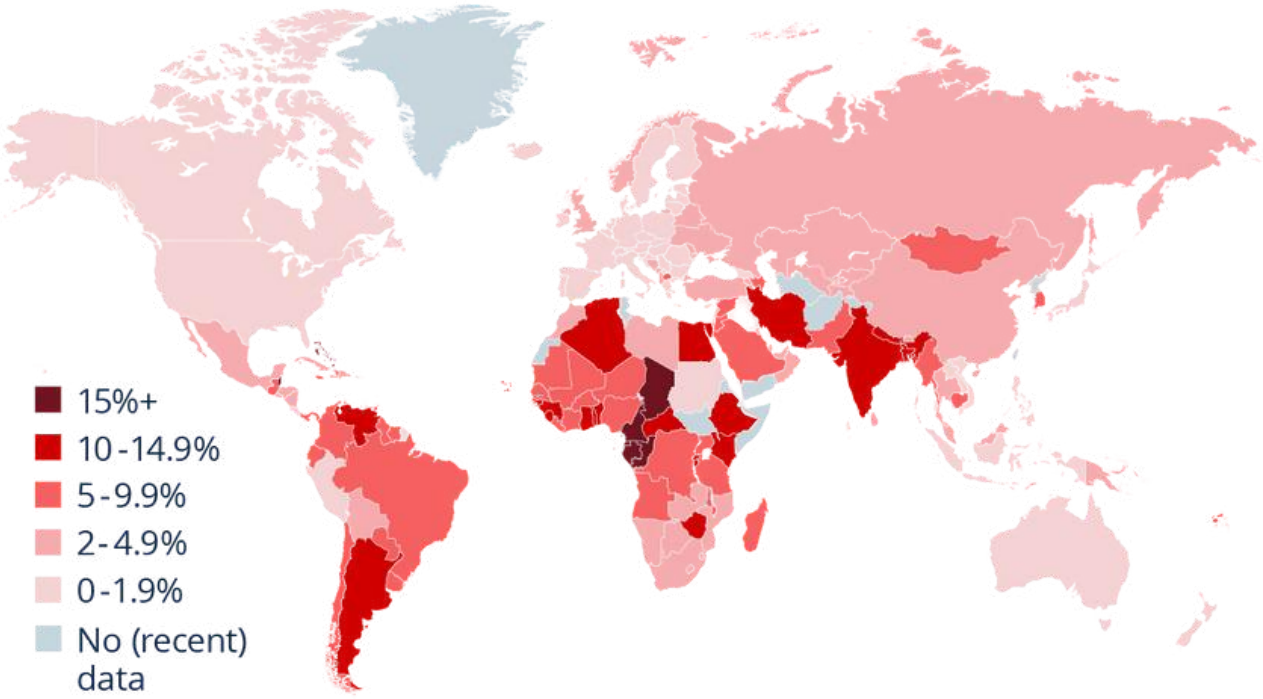
Ofrecer esquemas de pago flexibles: las soluciones como “compra ahora, paga después” se han popularizado incluso en industrias no tradicionales. El caso del festival Coachella es revelador, pues más del 50 % de los boletos se vendieron mediante planes de pago. En América Latina, esta práctica ha empezado a ganar terreno en sectores como la tecnología de consumo y el equipamiento empresarial, facilitando compras importantes sin afectar de inmediato la liquidez del comprador.

Una visión sólida de precios en este entorno implica adaptabilidad. Ya no se trata solo de defender márgenes o de responder a la competencia, sino de construir resiliencia estratégica.

No se trata de elegir entre subir o absorber precios: se trata de rediseñar completamente la manera en que las empresas latinoamericanas piensan sobre el valor.

Dónde el mundo cobra la mayor cantidad de aranceles

Tasa arancelaria media ponderada aplicada (todos los productos), por país



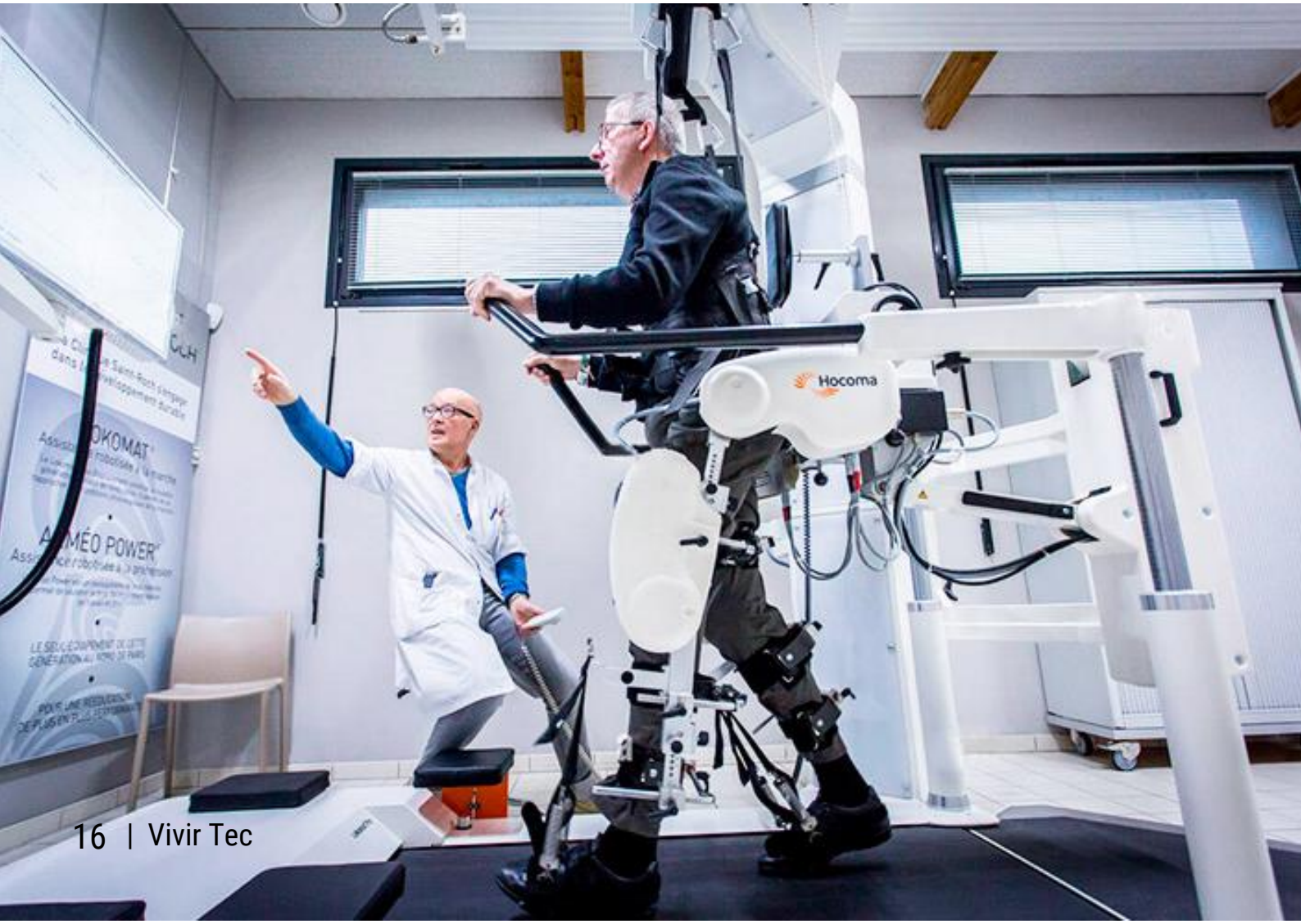
No considera nuevo aumento de aranceles de Estados Unidos de América, dado los cambios de políticas variables de la administración actual

Fuente: Statista, del Banco Mundial

Fuente:Ember GLobal Electricity Review 20220

LA MEDICINA DEL MOVIMIENTO SE REINVENTA CON AYUDA DE LA ROBÓTICA

La integración de equipos inteligentes en la neurorehabilitación abre nuevas posibilidades de personalización y eficiencia.



El avance tecnológico ha penetrado con fuerza en el ámbito de la salud, abriendo nuevas posibilidades para el tratamiento de enfermedades neurológicas. Desde exoesqueletos robóticos hasta plataformas de realidad virtual inmersiva, la neurorehabilitación ha dejado de ser exclusivamente manual para convertirse en un terreno fértil para la innovación.

Una muestra clara de esta evolución es **CEREBRO**, el Centro de Rehabilitación Basado en Robótica ubicado en Perú, que combina fisioterapia tradicional con herramientas tecnológicas de última generación. Jorge Luis Pinto Lagos, gerente general del centro, explica que el objetivo no es reemplazar al fisioterapeuta, sino fortalecer su labor: “la tecnología me asiste a empezar un tratamiento más rápido, a no cansar tanto a mis fisioterapeutas, a brindar atención que sin ayuda mecánica o robótica no podría hacerse”.

CEREBRO trabaja con un enfoque centrado en la personalización. Se utilizan herramientas como la bioimpedancia, que permite conocer la masa muscular, densidad ósea y otros parámetros clave del cuerpo. A partir de estos datos, se diseña un programa que puede incluir desde estimulación eléctrica inteligente hasta entrenamiento con exoesqueletos que asisten el movimiento según las capacidades físicas del paciente.

Esta transformación busca acelerar los procesos de recuperación, pero además hacerlos más precisos, personalizados y eficaces. “Antes, al paciente solo se le preguntaba si podía caminar más o mover un brazo. Nosotros ahora cuantificamos su evolución con indicadores como velocidad de reacción, simetría corporal o control del centro de gravedad”, explica Pinto.

Es importante destacar que, pese a todos estos avances, la rehabilitación manual sigue siendo esencial. “Tenemos fisioterapeutas con segunda especialidad en neurorehabilitación que aplican técnicas manuales. El robot es un asistente, pero el fisioterapeuta es quien enseña ejercicios, posiciones y acompaña al paciente fuera del entorno tecnológico”, aclara Pinto.

-Jorge Luis Pinto, gerente general de CEREBRO.

Mirando hacia el futuro, Pinto reconoce que la adopción de otras herramientas como la inteligencia artificial (IA) serán fundamentales. En el centro, aunque la IA aún no está plenamente integrada en los equipos, sí se utiliza para optimizar los procesos internos. Además, tendencias que integran estimulación eléctrica medular, terapias físicas y fármacos para potenciar la neurorehabilitación, también serán fundamentales.

La clave, según Pinto, está en entender que los mejores resultados provienen de un enfoque multidisciplinario. La tecnología aporta precisión y eficiencia, pero el éxito radica en su uso estratégico, junto al conocimiento clínico y la empatía del profesional de salud.

“La combinación de robótica, terapia manual y medicamentos será la clave de la neurorehabilitación del futuro.”

EL MUNDO EN MOVIMIENTO

UN RETRATO NUMÉRICO DE LA MIGRACIÓN GLOBAL

PERFIL DEL MIGRANTE INTERNACIONAL

281
MILLONES

3.6% de la población

LA CRISIS DEL DESPLAZAMIENTO FORZADO

117.3
MILLONES
es migración por desplazamiento.

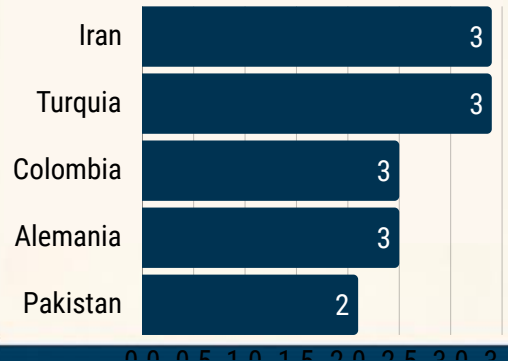
ORIGEN Y DESTINO: ¿DE DÓNDE VIENEN A DONDE VAN?

Top 5 paises

EL PODER ECONÓMICO DE LAS REMESAS

669
MIL MILLONES
de dólares enviiados

PAISES DE REFUGIADOS (CIFRAS EN MILLONES)



EDAD PROMEDIO

39
Años

Hombres: 51.9% - Mujeres: 48.1%

Fuente: Datos más recientes de la Organización internacional para las migraciones (OIM) del alto comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, el Banco Mundial y de los centro de nonitoreo de departamentos internos.

LA SUSTENTABILIDAD DEL FUTURO ESTÁ EN LA AGRICULTURA QUE IMITA AL BOSQUE

LOS LLAMADOS BOSQUES COMESTIBLES SON UNA ALTERNATIVA AGROECOLÓGICA QUE COMBINA PRODUCCIÓN, CONSERVACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO EN UN SOLO MODELO SOSTENIBLE.

Ante el cambio climático y la pérdida de biodiversidad, en diversas regiones rurales del mundo un modelo agrícola comienza a abrirse paso: los bosques comestibles. A diferencia de los monocultivos tradicionales, este enfoque promueve la diversidad, la autosuficiencia y la regeneración ecológica.

“Los bosques comestibles funcionan bajo tres pilares: lo que se come, lo que se vende y lo que se protege”, comenta Nicolas Terrién, director técnico y cofundador de Chasseurs de Saveurs, una empresa franco-mexicana que colabora con comunidades rurales para desarrollar este tipo de sistemas agrícolas sostenibles y diversificados.

“Se busca que haya alimentos sanos para las familias, cultivos que generen ingresos en espacios pequeños y una estructura forestal que regenere el entorno”, agrega. Esta visión holística implica integrar árboles frutales, plantas nativas y cultivos comerciales en un mismo terreno, generando un ecosistema resiliente.

Los bosques comestibles tienen antecedentes en los sistemas tradicionales de cultivo multiestrato utilizados por muchas culturas indígenas, como los home gardens en Asia o los sistemas agroforestales amazónicos. A través de la diversificación, estos sistemas reducen riesgos, promueven el almacenamiento de carbono, mejoran la fertilidad del suelo y contribuyen a la soberanía alimentaria.

Terrién explica que entre los principales beneficios sociales y ambientales de este modelo está la independencia de los mercados volátiles, pues no se depende de un solo cultivo. Además, facilita la transmisión de conocimientos comunitarios e indígenas, fomenta la participación de las familias y transforma las prácticas agrícolas dañinas. “Muchas veces los niños saben muy poco de su región. Por eso en este tipo de ecosistema promovemos la educación ambiental desde pequeños”.

El sistema no se impone de manera uniforme. Según el tipo de suelo, clima y cultura local, se eligen las especies más adecuadas. Vainilla, canela, pimienta, cardamomo y miel melipona son algunos de los productos estrella de Chasseurs de Saveurs. Sin embargo agrega que: “se busca que cada productor tenga cultivos que puedan vender, pero también alimentos que puedan consumir”.

Implementar un bosque comestible no es un proceso inmediato ni simple. Requiere capacitación, asistencia técnica y, sobre todo, una visión de largo plazo. La empresa ha desarrollado redes de productores y ha creado mecanismos para evaluar sus impactos. “No todo se mide con cifras. A veces lo vemos en la mejora de las casas, en el orgullo de los niños por lo que hacen sus padres, en la vida cotidiana del campo”, comenta.

No obstante, uno de los mayores desafíos para su expansión es la falta de políticas públicas que reconozcan su valor ecológico y productivo. A esto se suma la necesidad de formar técnicos especializados y de adaptar los marcos normativos que hoy priorizan la agricultura intensiva. Sin embargo, su potencial es claro: los bosques comestibles ofrecen una solución concreta y regenerativa frente a la crisis agroalimentaria y ambiental.

“UN BOSQUE COMESTIBLE NO SOLO PRODUCE ALIMENTOS E INGRESOS, TAMBIÉN RESILIENCIA PARA EL FUTURO”.

Negocios
para
Negocios
negociosparanegocios.com

THEPUBLIC

MKT CONTENIDOS

Contenidos que posicionan

www.grupothepublic.com
+51 963 567 326

El empaque impulsa la ventaja competitiva de las empresas

En México, la Expo Pack 2025 se posiciona como un punto de encuentro clave para entender cómo los empaques están evolucionando hacia soluciones más eficientes y sostenibles.

La cadena de valor del empaque atraviesa una etapa de profunda transformación. La presión por adaptarse a una economía circular, reducir residuos, optimizar materiales y mantenerse competitiva ha llevado a esta industria a reformular sus procesos desde la raíz. Lejos de ser un elemento secundario, el empaque hoy ocupa un lugar central en las decisiones estratégicas de las empresas.

Tres ejes marcan el pulso actual del sector: sustentabilidad, automatización y diseño. La incorporación de tecnologías digitales, como la inteligencia artificial (IA), no solo está cambiando la manera en que se diseñan los empaques, sino también cómo se testean, fabrican y optimizan.

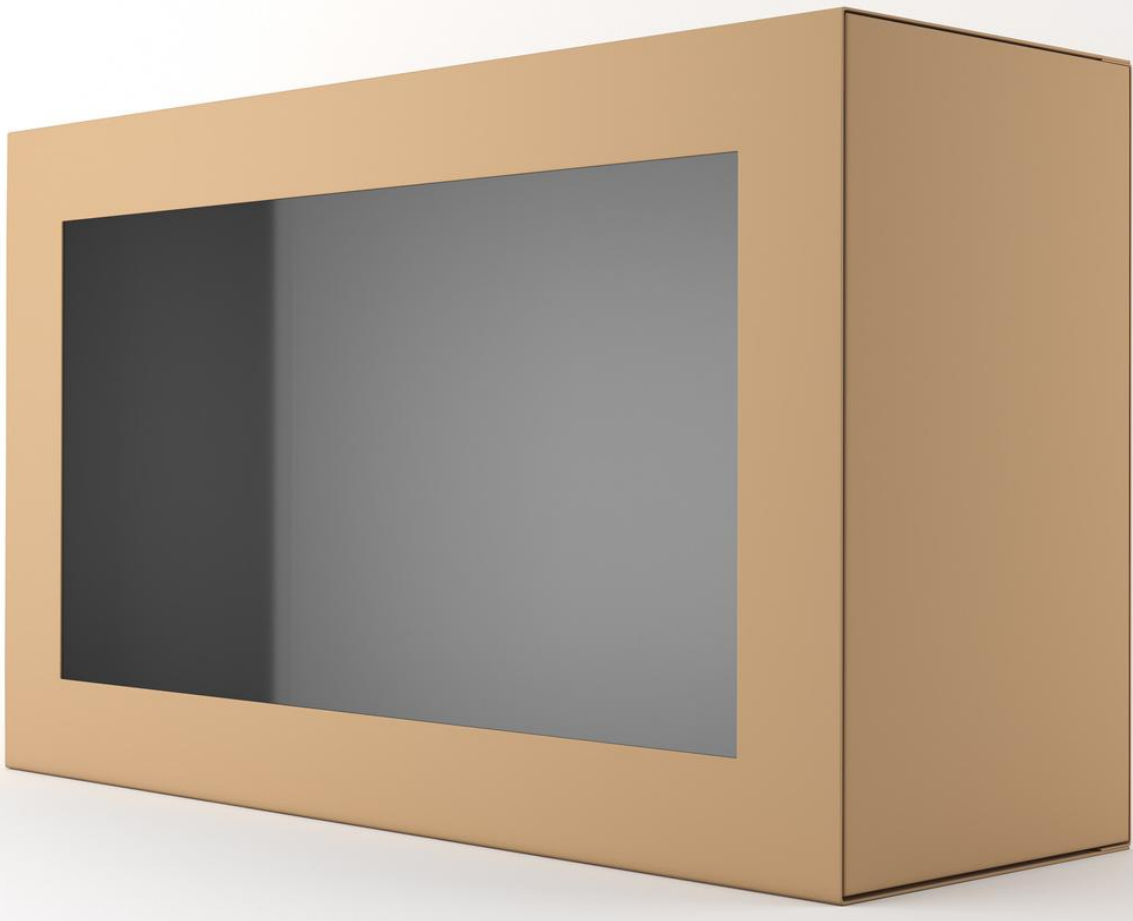
Por su parte, la necesidad de adoptar materiales más sostenibles ha impulsado el desarrollo de monomateriales, biomateriales y soluciones reciclables que buscan equilibrar la funcionalidad con el impacto ambiental. Asimismo, el diseño se convierte en un campo fértil para la innovación, donde se conjugan estética, funcionalidad y comunicación directa con el consumidor.

Estos temas ocupan un lugar destacado en Expo Pack Guadalajara 2025, una de las plataformas más relevantes para el sector en América Latina para conocer, conectar e impulsar soluciones innovadoras en el sector del empaque y procesamiento. **Celia Navarrete**, directora del evento, señala que la edición de este año estará marcada por “la incorporación de inteligencia artificial aplicada a la industria del empaque y procesamiento, los avances en sustentabilidad y las nuevas propuestas en diseño”.

Navarrete también destaca el papel transformador que están teniendo las startups y pequeñas empresas en la industria. “Estas buscan soluciones más a la medida, empaques más pequeños, diseños llamativos o nuevas formas de testeo que luego puedan escalarse”, explicó. Este dinamismo permite que sectores como el agroalimentario, la industria electrónica, automotriz y farmacéutica encuentren propuestas adaptadas a sus necesidades específicas.

Uno de los retos más importantes es el operativo: “queremos apostar al capital humano para que estas transiciones sean más ágiles. Apostar a que el conocimiento, las buenas prácticas y el entendimiento de herramientas digitales permitan una industria más flexible, productiva y rentable”, subrayó Navarrete. Por ello, el evento no solo ofrece exhibiciones, sino también una amplia red de contenidos formativos sobre tendencias, sustentabilidad y automatización.

Hoy, el empaque ofrece un potencial infinito. Es una herramienta clave para la competitividad de las empresas



La digitalización, aunque prometedora, aún enfrenta obstáculos para su implementación efectiva. Muchas empresas temen los costos o desconocen el alcance de estas herramientas. Además, resaltó el potencial de herramientas como la IA en etapas como el diseño narrativo o la simulación de comportamiento del producto.

“A veces se percibe que incorporar tecnología puede ser muy costoso, por eso es clave abrir espacios donde se discuta cómo implementar procesos de digitalización, incluso desde etapas tan tempranas como el diseño de un empaque para nuevos mercados. Estas herramientas emergentes nos permiten integrar creatividad, diseño e innovación desde entornos digitales, y son justamente estas conversaciones las que necesitamos seguir impulsando en la industria”, indicó Navarrete.

El empaque ha dejado de ser una simple envoltura para convertirse en un activo estratégico. “Ahora se incorporan códigos QR que permiten trazabilidad, interacción con el consumidor y estrategias de marketing. El empaque hoy vende, posiciona y fideliza”, puntualizó la directora.

ÍNDICE GLOBAL DE INNOVACIÓN DE LA OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)

1 Suiza
2 Suecia
3 EEUUA
4 Reino Unidos
5 Sigapur
6 Finlandia
7 Holanda
8 Alemania
9 Corea del sur
10 Dinamarca

Para determinar qué naciones son líderes en tecnología, diversos informes y estudios analizan factores como la inversión en investigación y desarrollo (I+D), la infraestructura digital, el número de patentes registradas, la educación en ciencias y la fortaleza de su ecosistema de innovación.

Lobe Mark

MORE CREATIVITY

lobemark.com

NO SALVAS AL
PLANETA.
TE SALVAS A TI.
PLANETAENVERDE.COM

OCTAVIO NAVARRO: “LOS USUARIOS YA NO SOLO ESCUCHAN, TAMBIÉN HABLAN Y CONSTRUYEN LAS CAMPAÑAS CON LAS MARCAS”

Más allá de la inteligencia artificial, las verdaderas transformaciones del marketing digital se centran en cómo las marcas entienden y crean la conexión con sus comunidades.

Las reglas del marketing digital están cambiando, pero no todas las marcas parecen haberse dado cuenta. Entender cómo se comportan los usuarios en cada plataforma, cómo se construyen comunidades y cómo se genera valor real se ha vuelto más importante que simplemente seguir la tendencia del momento. Octavio Navarro, Head of Digital en Ganem México, analiza estas transformaciones y ofrece un enfoque más estratégico y auténtico para conectar con las audiencias en 2025.

Aunque la inteligencia artificial (IA) ha irrumpido con fuerza en la industria publicitaria, su adopción ha sido desigual. “Todos sabemos que hay que subirnos a usar la IA, pero me atrevería a decir que no todo el mundo tiene claro cómo”, advierte.

Sin embargo, el experto subraya que las tendencias del marketing digital no pueden limitarse a la IA: “es una herramienta valiosa, sí, pero el verdadero reto está en entender cómo conectar con las personas”, señala.

Uno de los errores más comunes, advierte Navarro, es tratar a todas las plataformas digitales por igual. “Todavía estamos metiendo en un mismo bucket a Facebook, Instagram y TikTok, cuando cada una tiene su propia lógica, su propio lenguaje y una comunidad con expectativas muy diferentes”, comenta. En lugar de replicar contenidos o fórmulas, las marcas deberían “entender cómo se consumen esos contenidos y para qué sirven realmente esas plataformas”.

Navarro destaca el caso de Duolingo como un ejemplo de marca que ha entendido a la perfección este ecosistema: “se atreven a ser creadores, no solo anunciantes. Eso es lo que las hace relevantes, entretenidas, y queridas por las audiencias”, agrega.

La figura del influencer también está cambiando. “Las marcas ya no deben ver a los influencers solo como un canal; hoy ellos mismos son creadores con sus propias narrativas, y el reto es colaborar con ellos desde la autenticidad”

Otra tendencia clave es el cambio en la experiencia del usuario. “En la actualidad, los usuarios no solo escuchan; también hablan, reaccionan, forman parte de las campañas. La relación ya no es unidireccional”, afirma. La publicidad, en este nuevo escenario, debe ser flexible, colaborativa y abierta a dejar que el público también construya el mensaje.

A esto se suma la integración de valores como la sustentabilidad. “No se trata de hacer una comunicación visiblemente bonita, sino de acompañar a los clientes como verdaderos socios para traducir sus esfuerzos de responsabilidad social en algo relevante y honesto para sus audiencias”, señala Navarro. El reto está en comprender a profundidad el negocio del cliente y desde ahí construir narrativas con propósito.

De cara al futuro, Navarro es claro: la clave estará en integrar disciplinas. “No basta con tener creatividad por un lado y data por otro. Quien logre alinear estrategia, medios, plataformas, y contenido con una visión unificada será quien realmente logre conectar. Y aunque suene obvio, eso no está pasando aún en la industria”.

Las tendencias que están marcando la pauta

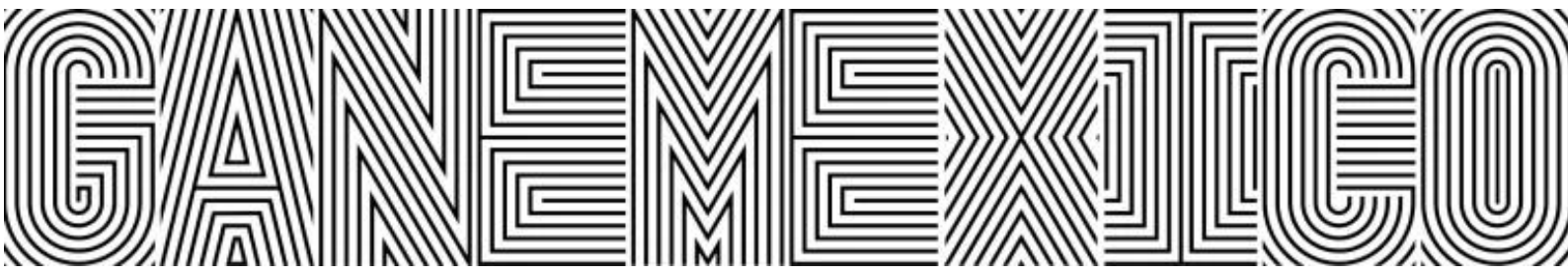
- **Más que IA:** la inteligencia artificial es útil, pero no lo es todo. Las marcas deben ir más allá de automatizar procesos.

- **Cada red, su idioma:** no todas las plataformas funcionan igual, adaptar el contenido al lenguaje de cada una es clave.

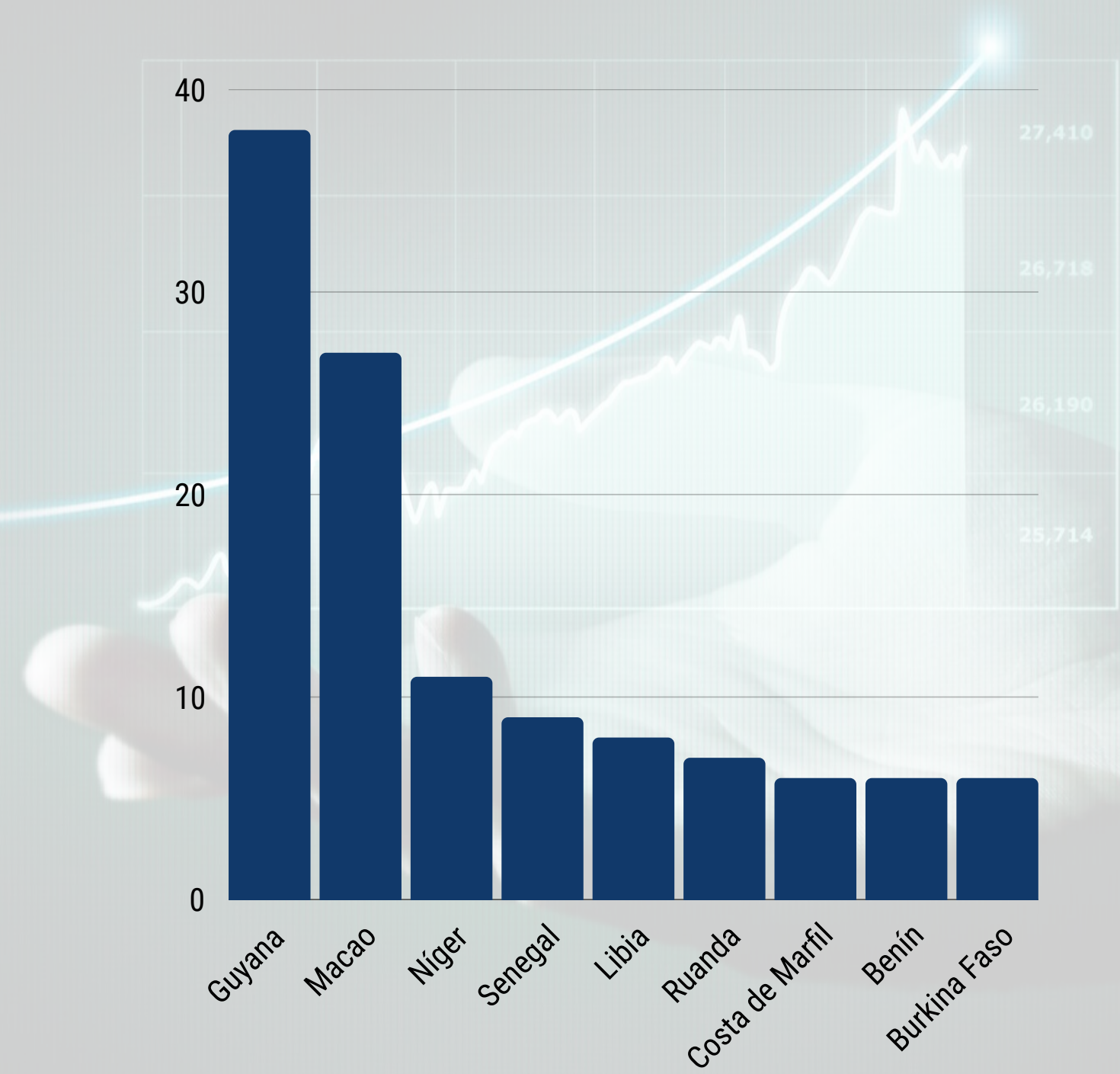
- **Usuarios activos:** ya no basta con hablarles, los usuarios quieren participar, influir y ser parte de la conversación.

- **Las marcas también crean contenido:** no todo depende de influencers; las marcas que se atreven a ser creadoras conectan de forma más auténtica.

- **Contenido con propósito:** la sostenibilidad y los valores no son accesorios, deben integrarse genuinamente a la estrategia.



Crecimiento del PIB Proyectado 2025 (Año Base 2023)



Cifras proyectadas, sujetas a la volatilidad de la economía global, así como a factores políticos y sociales internos de cada país. No obstante, ofrecen una perspectiva valiosa sobre las tendencias de crecimiento económico a nivel mundial para el próximo año.

Cómo nos alimentamos
EN UN MUNDO CONTAMINADO

Más allá de las calorías y los nutrientes, los alimentos que consumimos a diario contienen partículas y químicos que amenazan nuestra salud a largo plazo.

En nuestra alimentación diaria, a menudo sin darnos cuenta, se ocultan pequeñas amenazas invisibles que ponen en riesgo nuestra salud. Una de las más alarmantes es la presencia de microplásticos: diminutas partículas menores a 5 milímetros que han infiltrado nuestra dieta.

De acuerdo con un estudio publicado en la revista científica *Proceedings of the National Academy of Sciences*, tan solo en un litro de agua embotellada se pueden encontrar hasta 240,000 partículas de micro y nano-plásticos. La magnitud del problema es tal que, según un informe realizado por Ocean Conservancy y la Universidad de Toronto, un adulto promedio podría estar ingiriendo más de 11,000 partículas de microplástico al año únicamente por el consumo de proteínas procesadas.

En el caso de los mariscos —como los camarones, mejillones y ostras —, han hallado microplásticos en el 99% de las muestras analizadas. Asimismo, se ha detectado que 90% de las marcas de sal de mesa a nivel mundial presentan contaminación por estas partículas, con una concentración de hasta 19,800 por kilogramo en el caso de la sal marina.

Lo preocupante de los microplásticos no es únicamente su presencia en los alimentos, sino sus posibles efectos en la salud humana. Aunque aún falta por conocer mucho sobre este tema, estudios han revelado que estas partículas pueden atravesar la barrera intestinal y llegar a órganos como los pulmones, el hígado e incluso la placenta humana.

Investigaciones realizadas por la Universidad Médica de Viena, publicadas en *Exposure & Health* (2023), señalan que la exposición prolongada podría estar relacionada con inflamación crónica, estrés oxidativo, alteraciones endocrinas y mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares. Asimismo, un informe del *National Institute of Environmental Health Sciences* advierte que los nanoplásticos podrían afectar el sistema inmunológico y alterar procesos celulares fundamentales.

No obstante, la **contaminación** no se limita a los plásticos. Nuestra alimentación también incluye metales pesados, toxinas y bacterias. Entre los alimentos con mayores niveles de contaminantes se encuentran:

- **Arroz:** la European Food Safety Authority (EFSA) estima que el arroz puede contener entre 0.08 y 0.20 mg/kg de arsénico inorgánico, una sustancia cancerígena, especialmente cuando se cultiva en suelos contaminados.

- **Pescado azul** (atún, pez espada, tiburón, caballa real): según la U.S. Food and Drug Administration (FDA), el atún patudo puede contener hasta 0.689 ppm de mercurio, el tiburón 0.979 ppm y el pez espada 0.995 ppm. Estos valores superan los límites

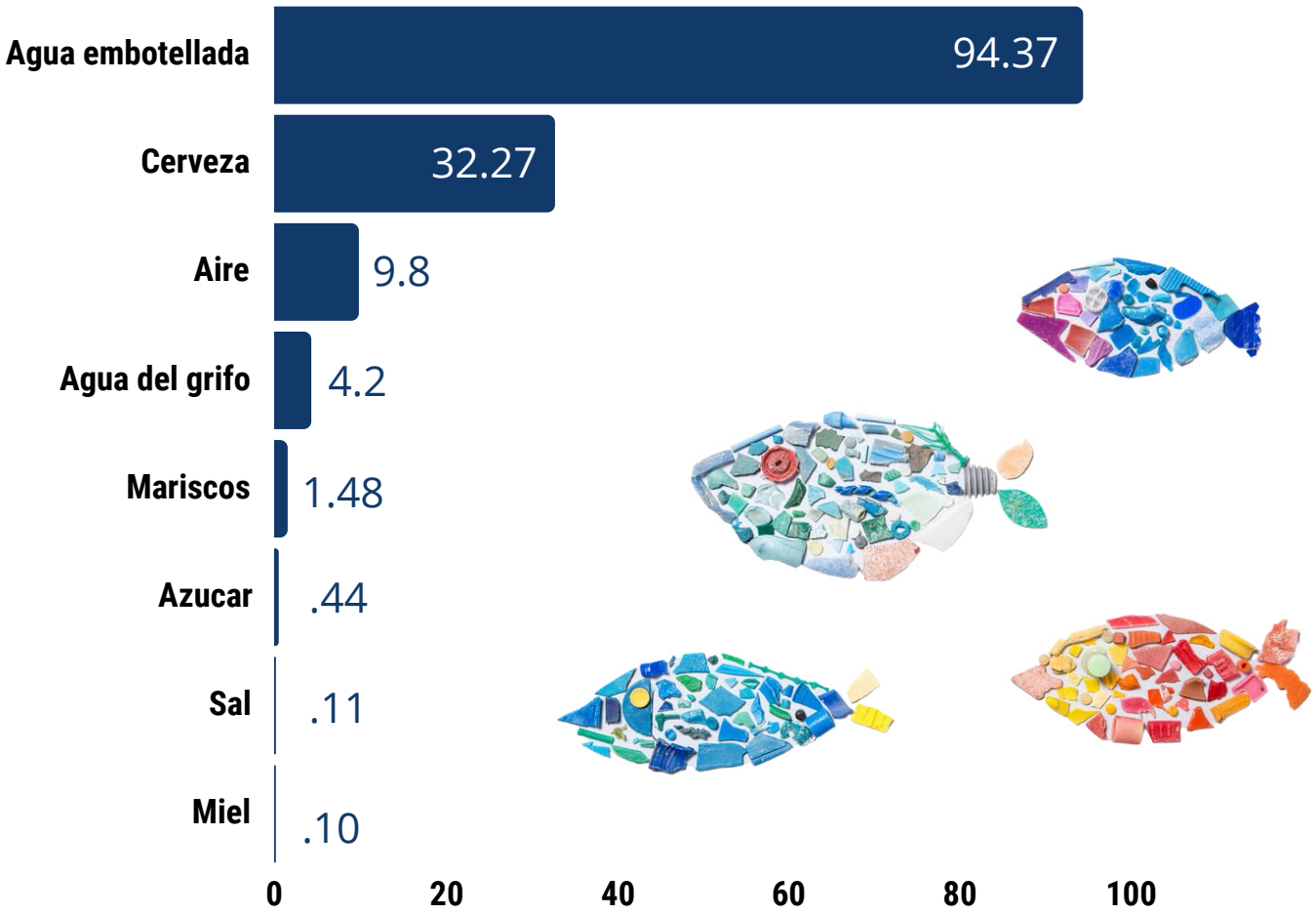
- **Vegetales de hoja verde (**lechuga, espinacas): un análisis global publicado en la revista científica *International Journal of Environmental Research and Public Health* halló niveles de cadmio de hasta 0.22 mg/kg en espinacas y de plomo hasta 0.3 mg/kg en lechugas cultivadas en áreas urbanas e industriales, superando los límites permitidos por la Codex Alimentarius.

- **Salmón**: un estudio del Environmental Working Group (EWG) encontró que el salmón de criadero contenía un promedio de 27.7 partes por mil millones (ppb) de bifenilos policlorados (PCBs), un grupo de compuestos químicos dañinos.

En este sentido, el cambio hacia una alimentación más nutritiva y libre de componentes tóxicos no puede recaer únicamente en los hábitos individuales. Se necesita voluntad política, responsabilidad empresarial y marcos regulatorios más estrictos que prioricen la salud sobre la rentabilidad. Porque la pregunta ya no es qué comemos, sino qué tanto más estamos consumiendo sin saberlo.

Nos alimentamos de microplásticos

Día a día ingerimos partículas de microplástico encontradas en los consumibles, algunas de las cifras promedio son las siguientes:

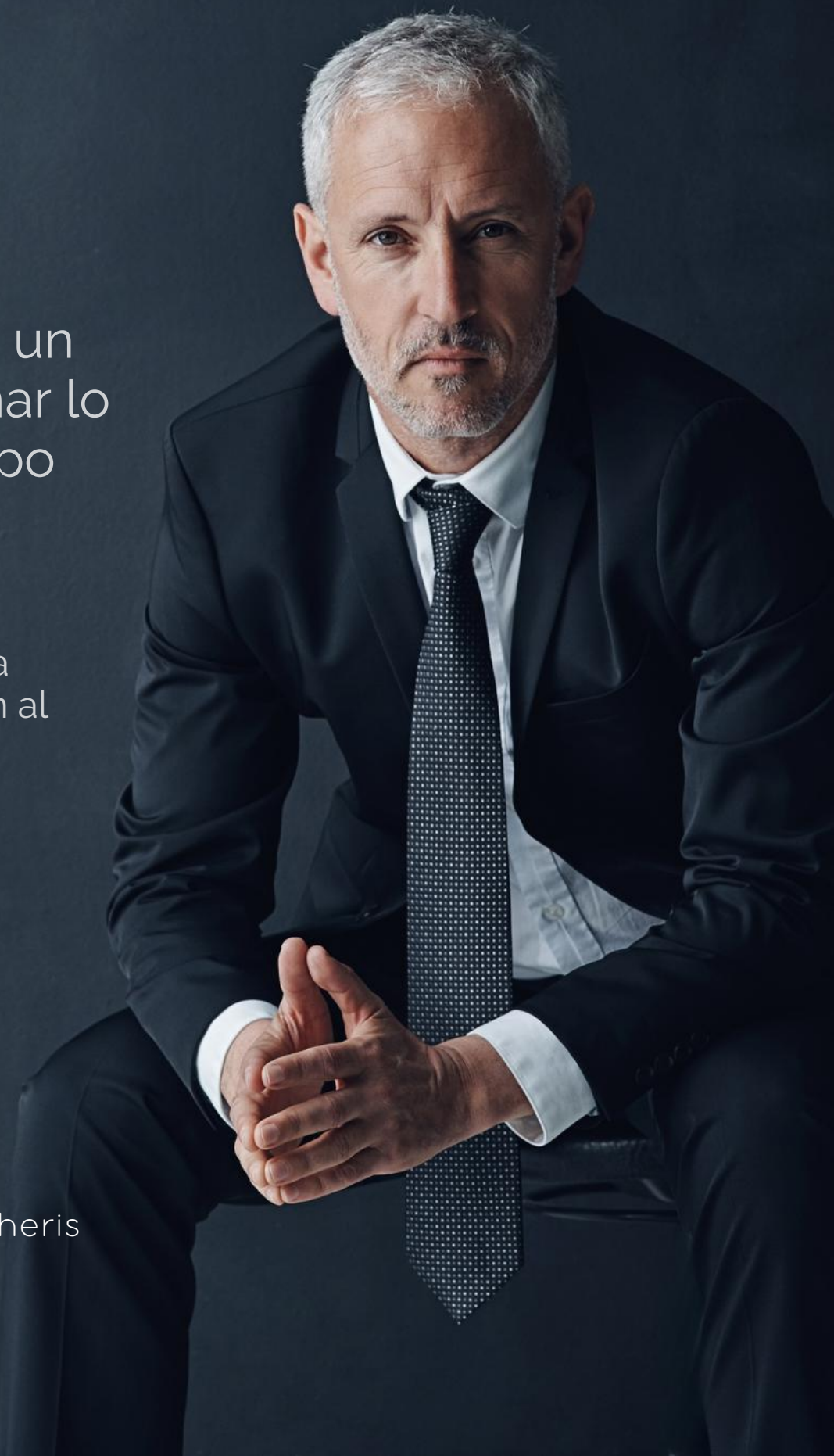


Basado en una dieta estadounidense.
Fuente Human consumption of microplastics.

AETHERIS
CENTRO HOLÍSTICO

El mayor upgrade de un CEO es sanar lo que tu equipo no ve

Terapias energéticas para quienes mueven al mundo



/centroaetheris

TECHOS VERDES

LOS TECHOS VERDES SON LA RESPUESTA AL CALOR DE LAS CIUDADES

Las cubiertas vegetales ofrecen una alternativa eficaz y natural para transformar el entorno, regular la temperatura, absorber el agua de lluvia y fomentar la biodiversidad.

La concentración de concreto, asfalto y superficies impermeables ha intensificado un fenómeno conocido como “isla de calor”, donde las temperaturas urbanas superan notablemente las de las zonas rurales. Frente a este escenario, surgen soluciones basadas en la naturaleza, como las cubiertas verdes, que ayudan a mitigar los efectos del cambio climático mientras transforman el entorno urbano en espacios más habitables.

Una cubierta verde es, en esencia, un sistema constructivo compuesto por varias capas técnicas que permiten cultivar vegetación sobre techos o terrazas. “Su estructura protege al edificio de las raíces y del peso de la vegetación, mientras crea las condiciones necesarias para el desarrollo de las plantas”, explica Silvana Amézquita, arquitecta y fundadora de Addgreen Project.

A esto se suma su capacidad de absorber y retener el agua durante lluvias intensas: actúan como esponjas naturales, disminuyendo tanto el volumen como la velocidad con la que llega a los drenajes urbanos, ayudando así a prevenir inundaciones.

Amézquita explica que existen dos tipos principales de cubiertas verdes: las cubiertas extensivas, más ligeras y con vegetación de bajo mantenimiento, y las intensivas, que permiten una mayor diversidad vegetal, incluso arbustos o pequeños árboles, dependiendo de la capacidad estructural del edificio.

Al cubrir las superficies duras de la ciudad con vegetación, las cubiertas verdes ayudan a mitigar el efecto isla de calor, un fenómeno que incrementa significativamente la temperatura en zonas urbanas. Durante la fotosíntesis y la evapotranspiración, las plantas absorben el calor del entorno, lo que permite reducir la temperatura ambiente y generar microclimas más frescos.

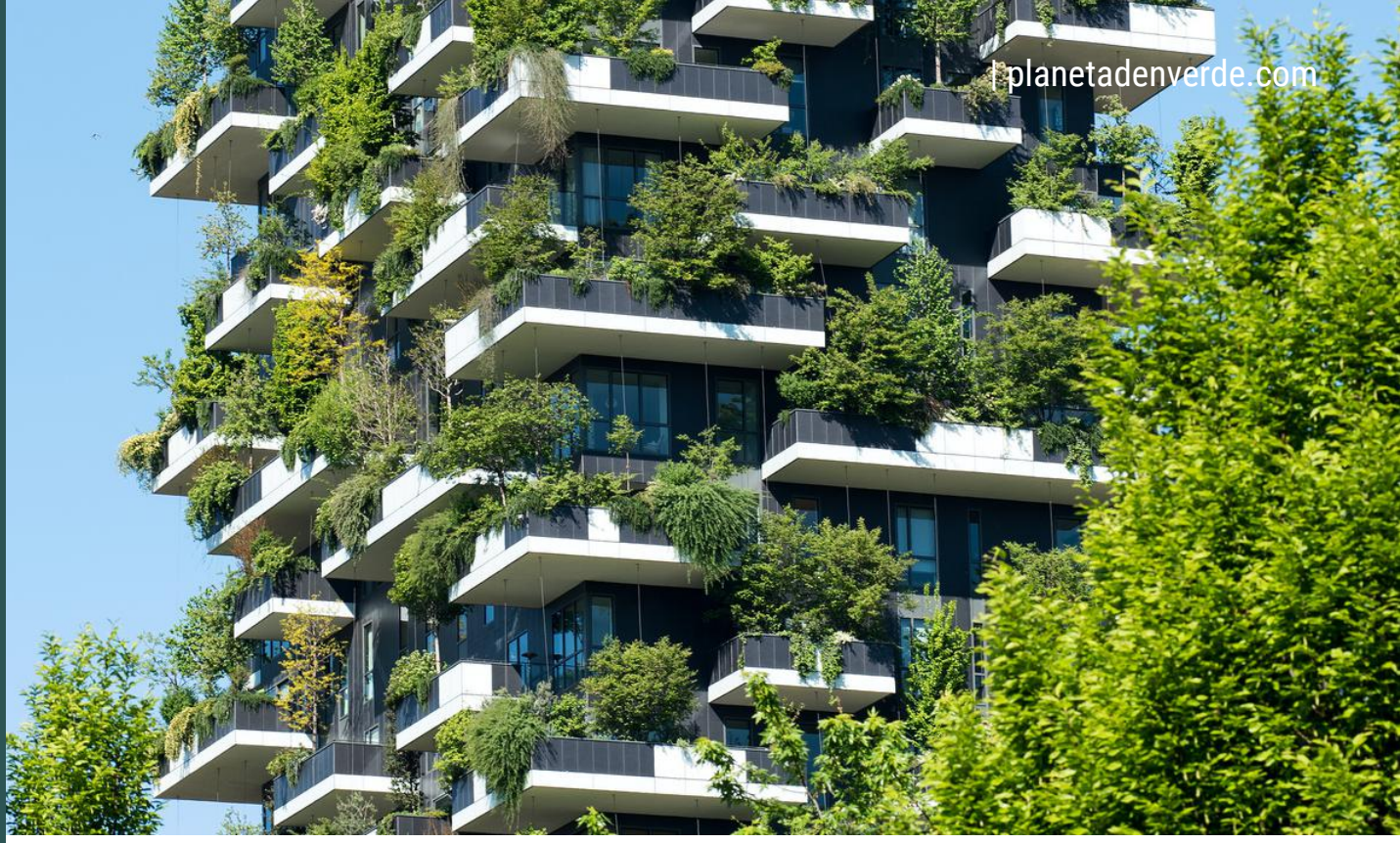
Estas infraestructuras generan además un impacto positivo en la biodiversidad al ofrecer refugios para aves, polinizadores y otras especies en espacios donde normalmente no existirían. También contribuyen a mejorar la calidad del aire al capturar partículas contaminantes y reducir la presencia de CO2.

No obstante, el mantenimiento adecuado y una correcta instalación son claves para garantizar su durabilidad. “Lo más importante es una buena impermeabilización con protección anti-raíz”, explica la arquitecta. Esto previene filtraciones y asegura que el edificio no sufra daños. Una cubierta verde debe abordarse con criterios técnicos rigurosos, pues requiere materiales específicos y personal calificado.

Silvana Amézquita creó Addgreen Project desde un propósito personal: unir arquitectura y naturaleza en favor del medio ambiente. “Quería dedicarme a algo que tuviera un impacto positivo en el mundo”, comenta. Addgreen se enfoca en el diseño y ejecución de techos verdes, principalmente en España, promoviendo esta técnica mediante proyectos, contenidos educativos y asesorías. La empresa también impulsa la formación de nuevos profesionales en este campo.

Las cubiertas verdes son más que una tendencia arquitectónica, representan una herramienta real para construir ciudades resilientes, saludables y con visión de futuro.

VENTAJAS PARA EL EDIFICIO



- **Mayor durabilidad:** protegen la impermeabilización al reducir la exposición al sol, viento y cambios de temperatura.

- **Aislante térmico natural:** disminuyen el calor interior en verano gracias a la sombra, el albedo de las plantas y su evapotranspiración.

- **Más valor y estética:** mejoran la imagen del edificio y aumentan su valor en el mercado.

VENTAJAS PARA LOS USUARIOS

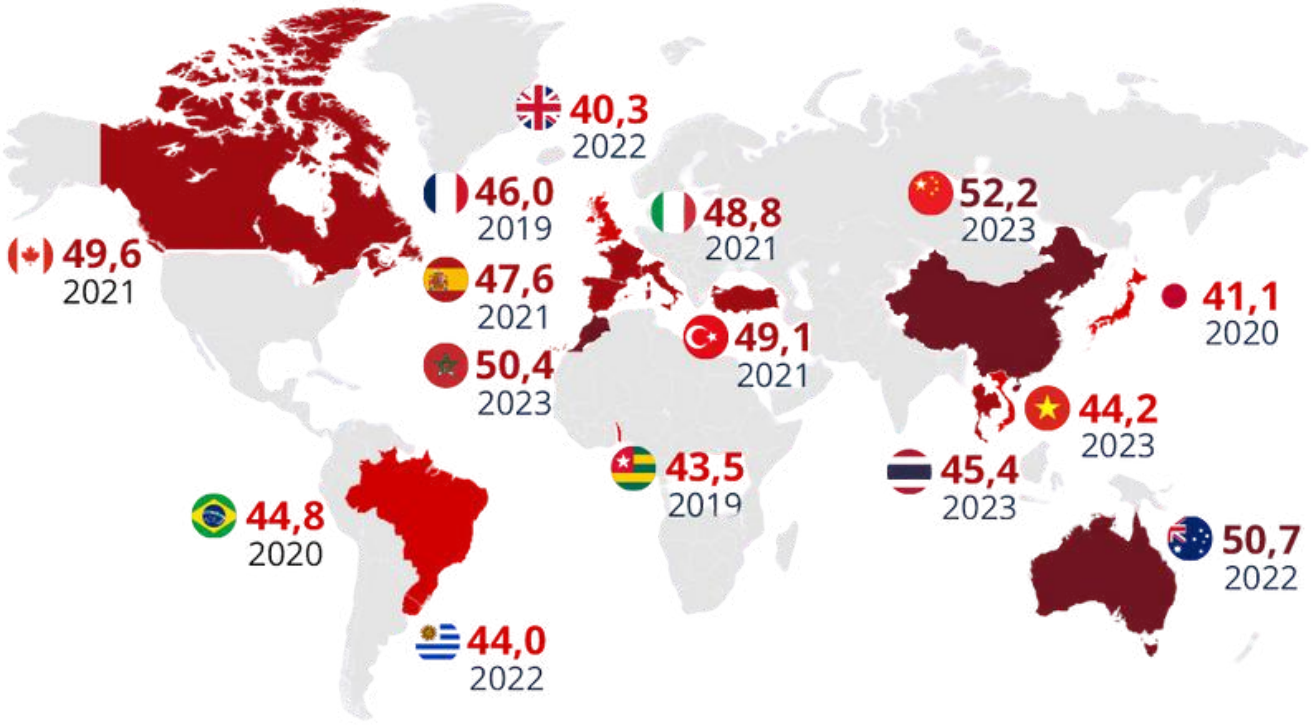
- **Menor consumo energético:** al mantener temperaturas más estables, reducen el uso de aire acondicionado.

- **Bienestar emocional:** el contacto con la vegetación mejora el estado de ánimo y reduce el estrés (terapia biofílica).

- **Nuevos espacios:** generan áreas verdes para convivir, descansar o incluso cultivar alimentos en la ciudad.

TEMPERATURAS EXTREMAS EN LOS ULTIMOS 6 AÑOS

TEMPERATURA EN °C



Datos hasta el 2024
Fuente Organización Meteorológica Mudial (OMM) / Statista

EMPRENDER
ES SENCILLO
CLUBDEEMPRESAS.COM

EL NUEVO LENGUAJE DE LA MODA LATINOAMERICANA

Con propuestas que fusionan tradición y vanguardia, una nueva generación de diseñadores latinoamericanos transforma la moda global.

Durante décadas, la moda latinoamericana fue reconocida internacionalmente a través de figuras consagradas como Óscar de la Renta y Carolina Herrera. Hoy, una nueva generación de diseñadores emerge con propuestas audaces, sofisticadas y profundamente enraizadas en sus contextos culturales.

Estos creadores no solo redefinen la estética, sino que incorporan dimensiones éticas, sociales y políticas en sus propuestas, estableciendo nuevas coordenadas para el diseño contemporáneo:

Patricio Campillo

Patricio Campillo (México): desde la Ciudad de México, el diseñador reinterpreta la tradición charra con una sensibilidad contemporánea. Inspirado por el realismo mágico, la arquitectura modernista y los oficios tradicionales, sus piezas integran elementos como blazers con plumas de gallo, botones hechos de flor de café y una sastrería meticulosamente ejecutada. En 2024, fue semifinalista del Premio LVMH, otorgado por el conglomerado de lujo LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton).

Raúl López

Raúl López **(República Dominicana):** fundador de la marca Luar, Raúl transforma su experiencia como descendiente de dominicanos criado en Brooklyn en una propuesta visual que es tanto provocadora como autobiográfica. Su concepto de “lujo de clase trabajadora” se expresa en siluetas esculturales, accesorios icónicos y una estética que remite a la cultura “club-kid”. Su talento lo ha llevado a cerrar la Semana de la Moda de Nueva York.

Karoline Vitto

Karoline Vitto **(Brasil)**: la diseñadora brasileña ha revolucionado la forma en que la moda aborda la diversidad corporal. En lugar de ocultar las curvas o los pliegues del cuerpo, sus diseños los realzan con herrajes metálicos escultóricos, transparencias estratégicas y telas drapeadas. Vitto estudió en la Central Saint Martins y en el Royal College of Art, dos de las instituciones académicas de moda más prestigiosas del Reino Unido. Fue nombrada Diseñadora Emergente del Año en los Latin American Fashion Awards.

Chiara y Giuliana Macchiavello

Chiara y Giuliana Macchiavello **(Perú)**: fundadoras de la marca ESCVDO, representan un modelo ejemplar de lujo sostenible. Su propuesta combina técnicas ancestrales de tejido —como el uso del algodón Pima orgánico y la lana de alpaca— con un diseño moderno y atemporal. Cada prenda es confeccionada por comunidades artesanas locales. La marca ha sido reconocida por sus prácticas sostenibles y ha ganado el Premio The Bicester Collection para Diseñadores Emergentes, entregado en los CNMI Sustainable Fashion Awards durante la Semana de la Moda de Milán.

A pesar de sus diferencias estéticas, estos diseñadores comparten una visión que trasciende las fronteras del estilo. Su trabajo es testimonio de una moda que no solo viste, sino que piensa, cuestiona y comunica.

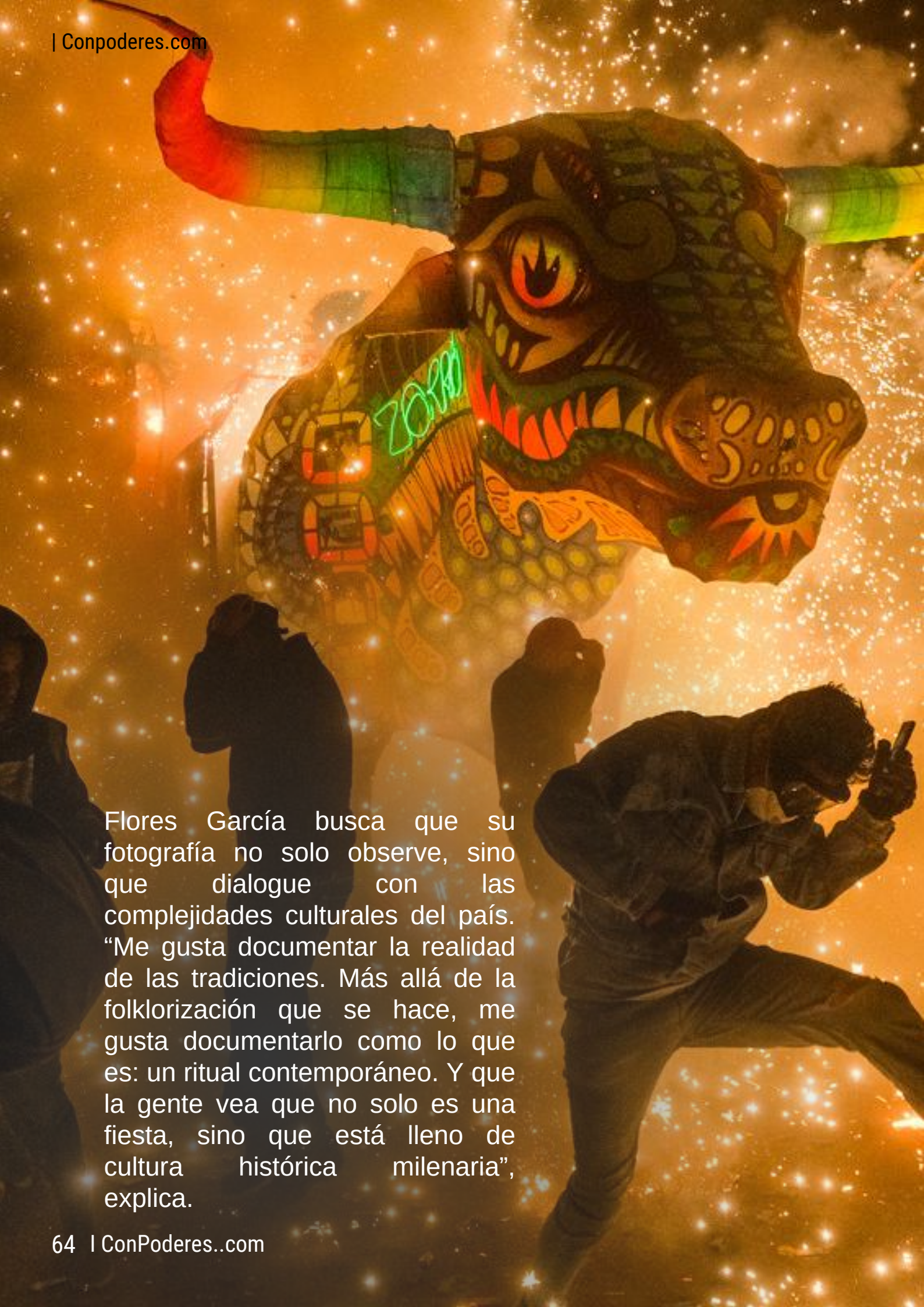
ConStyling
constyling.com
SALUD
BELLEZA
CLICK
ESTILO
ECO

Antonio Flores: “Me gusta documentar la realidad de las tradiciones”

Antonio Flores García convierte las festividades en fotografías que revelan la riqueza simbólica y la profunda dimensión cultural de estos rituales.

En medio de un país que vive sus tradiciones con fuerza y contradicción, el trabajo de Antonio Flores García emerge como una ventana viva hacia las festividades y rituales mexicanos. Su fotografía no solo documenta: interpreta, cuestiona y expone las capas simbólicas de las manifestaciones populares.

Antonio Flores ha hecho de la calle y de las expresiones colectivas su principal escenario de exploración. Aunque su obra es diversa, gran parte de su trabajo se ha centrado en la pirotecnia y las fiestas populares de Tultepec, México, donde el color, el caos y la energía se condensan en imágenes cargadas de tensión y emoción.



Flores García busca que su fotografía no solo observe, sino que dialogue con las complejidades culturales del país. “Me gusta documentar la realidad de las tradiciones. Más allá de la folklorización que se hace, me gusta documentarlo como lo que es: un ritual contemporáneo. Y que la gente vea que no solo es una fiesta, sino que está lleno de cultura histórica milenaria”, explica.

En su mirada hay una intención clara de romper con los estereotipos que suelen acompañar las representaciones tradicionales. “Me interesa retratar aquello que muchas veces se usa para vender una idea romantizada de lo mexicano, pero desde una perspectiva más fiel, más honesta. Incluso, si es posible, romper con ciertos tabúes que rodean nuestras propias tradiciones”, señala.

Su trabajo ha recibido diversos reconocimientos, pero más allá del premio, lo que más valora es la posibilidad de que su obra circule y dialogue con otros públicos y espacios. “Lo que más valoro es la difusión del trabajo y que tenga reconocimiento a nivel nacional e internacional. Pero más que eso, es poder acercar el trabajo a más personas, a otros medios de difusión y expresión” comparte.

Flores García ve en la fotografía no solo una herramienta de registro, sino una forma de entender y transformar la realidad. En cada una de sus imágenes se percibe la intención de estar presente, de mirar más allá de lo evidente, y de mantener una conexión directa entre la imagen y el mundo que la produce.

AMAPOL

THEPUBLIC

Negocios para Negocios

Vivir tec

Lobe Mark

Señor Noticia

PLANETA EN VERDE

CoberturaNoticiosa

Club de Empresas

EjecutivoPOWER

CONPODERES

COMUNICACION Y +AS

Noticiero E

NR NucleoRural

ConStyling.

MEGAMETRÓPOLI

DIFERENCIACIÓNPARATUMARCA

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