

# THE PUBLIC

grupo**the**public.com



## BANCA INTELIGENTE

LA IA REVOLUCIONA LA  
RELACIÓN ENTRE BANCOS Y  
CLIENTES

## CINE MEXICANO

NETFLIX INVIERTE MIL  
MILLONES DE DÓLARES EN EL  
SECTOR AUDIOVISUAL

## MARKETING MÓVIL

TENDENCIAS PARA  
APLICAR EN 2025

## ENTREVISTA

## CARMEN DEL CID

DIRECTORA DE VENTAS EN  
HÄSTENS MADRID



# ÍNDICE

## EDICIÓN ANTERIOR



Entrevista con  
Ricardo Ortiz, CEO de  
Mayo Group.

## 6 Revolución de la banca a partir de la inteligencia artificial

Esta tecnología permite 40 millones de transacciones analizadas cada día y una eficiencia en categorización superior al 90%.

## 10 Oportunidades y retos de la industria fílmica en México

Netflix anunció una inversión de mil millones de dólares para el sector audiovisual, pero aún existen desafíos.

## 14 Las enfermedades metabólicas encuentran un aliado en la tecnología

Con sensores y análisis de datos en tiempo real, el *biohacking* permite a los usuarios tomar decisiones informadas para mejorar su bienestar.

## 20 Biomoléculas para una agricultura adaptada al cambio climático

La biotecnología impulsa soluciones innovadoras para cultivos resistentes a la sequía, optimizando el uso del agua y fortaleciendo la seguridad alimentaria.

## 24 La resistencia a los antibióticos es la pandemia silenciosa del siglo XXI

Entre superbacterias y nuevos tratamientos, la carrera por detener la resistencia antimicrobiana está en marcha.

## 30 Principales predicciones que marcarán el marketing móvil en 2025

La IA y el aprendizaje automático revolucionan la industria, mientras las regulaciones y nuevos canales redefinen el panorama.

## 34 El lujo y la sostenibilidad en el descanso aterrizan en Madrid

Hästens apuesta por España con una inversión de 750 mil euros y una proyección de ventas millonarias.

## 44 América Latina tiene el potencial para liderar la aviación sostenible

La región podría convertirse en exportadora de Combustibles Sostenibles de Aviación (SAF), clave para la descarbonización del sector aéreo.

## 50 Un viaje al pasado en el Museo Palacio Postal

Este emblemático edificio es un espacio donde la historia, el arte y la arquitectura se entrelazan, mientras continúa su labor como oficina postal activa.

## 54 Arte en papel: Aleydis Cervantes y su travesía en la cartonería

Beneficiaria de Jóvenes Creadores 2023-2024, la artesana mexicana impulsa esta técnica como una expresión artística y cultural.

## 60 6 tendencias del diseño interior para el 2025

Descubre los colores, materiales y modelos que marcarán la pauta este año en interiores.



### Directora

Nayla López

### Editora

Estefani Rodriguez

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

### Redactores

Pilar Astupiña

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

Esperanza Aguilera

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

### Dirección de arte

Andrea García

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

### Desarrollo y Tecnología

Pierre Santos

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

Tecnología, creatividad y sostenibilidad son los términos que están redefiniendo sectores enteros, desde la banca y el cine hasta el marketing y el lujo. La inteligencia artificial (IA), en particular, se ha convertido en la gran protagonista de esta revolución, marcando el ritmo de una nueva era de personalización, eficiencia y disrupción.

Por un lado, el lujo se redefine. Con la llegada de la firma sueca Hästens a la capital española, la inversión en bienestar y sostenibilidad cobra un protagonismo inédito. Para ahondar en este tema, tenemos en portada a Carmen Del Cid, directora de ventas en Hästens Madrid, quien nos habla sobre la importancia de tener un descanso de calidad.

Otro de los sectores que está experimentando una transformación radical es la banca. *Startups* como Coinscrap Finance están revolucionando la forma en que los bancos se relacionan con sus clientes, utilizando tecnologías de procesamiento de lenguaje natural y *machine learning* para brindar recomendaciones financieras adaptadas a las necesidades individuales.

Mientras tanto, en la industria cinematográfica mexicana, la evolución es evidente. La inversión de mil millones de dólares anunciada por Netflix demuestra el atractivo del país como centro de filmaciones. Sin embargo, el sector enfrenta retos importantes, especialmente con la irrupción de la IA en la generación de contenidos.

El marketing móvil igualmente está viviendo un punto de inflexión. Las predicciones para 2025 señalan que la IA y el aprendizaje automático seguirán cambiando la forma en que las marcas interactúan con los consumidores. La clave estará en la capacidad de innovar sin perder de vista la confianza y seguridad del usuario.

La transformación de industrias enteras nos recuerda que el cambio es inevitable, pero también una oportunidad para innovar con propósito. El verdadero desafío no será solo adaptarnos al cambio, sino asegurarnos de que este progreso esté al servicio de las personas y sus necesidades reales.

Estefani R.

**EDITORA**





# RADIO THE PUBLIC

SOÑAR ES SOLO EL COMIENZO

En Radio The Public creemos que el poder de la música no solo está en las notas, sino en las emociones, en los sueños, en las historias que compartimos a través del sonido. Soñar es solo el comienzo; es la chispa que enciende nuestra pasión por conectar, por desafiar las convenciones, por vivir y hacer vivir el rock en todas sus formas, desde los grandes clásicos hasta las nuevas voces que reinventan el presente

ZENO



Available on the  
App Store



Get It On  
Google Play



## Radio The Public



# REVOLUCIÓN DE LA BANCA A PARTIR DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Escrito por: Estefani Rodriguez

**E**sta tecnología permite 40 millones de transacciones analizadas cada día y una eficiencia en categorización superior al 90%.

Con el auge de la inteligencia artificial (IA) y un enfoque en la hiperpersonalización, el sector financiero viene transformándose a pasos agigantados, ayudando así a bancos y aseguradoras a entender mejor a sus usuarios al ofrecer servicios a la medida. Actualmente, la lucha entre las entidades bancarias por captar nuevos clientes es intensa y desafiante.








En este contexto, las *startups* están desarrollando tecnologías diseñadas para incrementar la frecuencia de uso de las plataformas de banca digital y fomentar la lealtad hacia las marcas. Esto se logra a través de una experiencia de usuario excepcional y una diversa gama de módulos innovadores que contribuyen a mejorar la gestión financiera de las personas.

*Coinscrap Finance*, fintech española que provee servicios de planificación financiera a los bancos, ha extendido su propuesta de valor principalmente para el público millennial. Esta empresa utiliza inteligencia artificial, procesamiento de lenguaje natural (NLP, por sus siglas en inglés) y *machine learning* para analizar datos transaccionales y transformar esa información en recomendaciones financieras específicas y personalizadas.



*Coinscrap Finance*  
trabaja en procesos  
de  
internacionalización,  
con un enfoque  
especial en México y  
Colombia.

“Nuestro propio motor de IA puede entender cada transacción financiera para crear una foto completa del usuario. Por ejemplo, si un cliente realiza pagos en una guardería se deduce que tiene familia, por ende, el sistema puede recomendar un seguro de vida familiar. De esta manera, el banco está ofreciendo productos solo a aquellos que lo necesitan y así se maximiza la probabilidad de venta”, comenta David Conde, CEO de *Coinscrap Finance*.

Junto a Banco Santander, uno de sus principales clientes, lanzaron el módulo “**Asistente Financiero**”, herramienta que clasifica ingresos, gastos y muestra la capacidad de ahorro para cada persona. Según Conde, este módulo es utilizado al menos una vez al mes por el 30% de los usuarios digitales del banco, un indicador del valor que aporta.

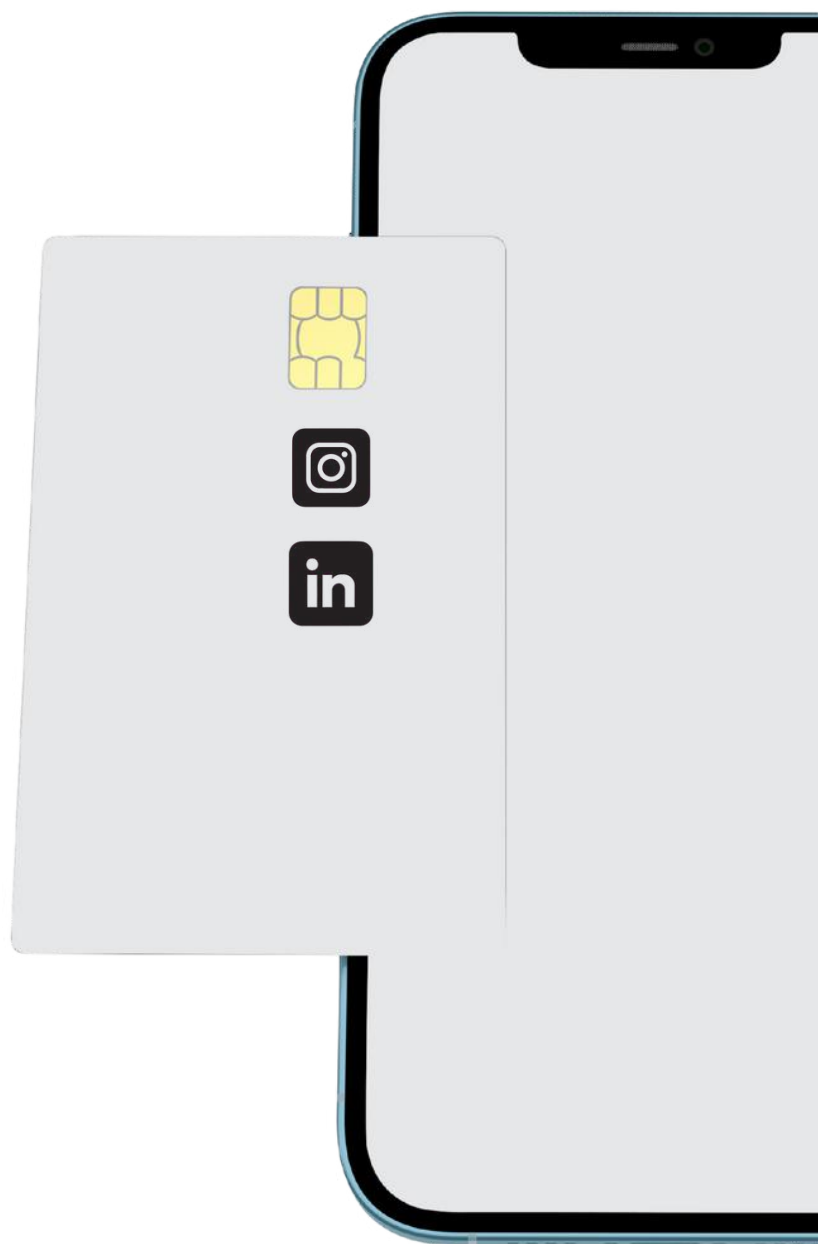


Otro caso de innovación es la funcionalidad de **“Alcancías digitales”**, lanzada también en colaboración con Santander. Este sistema permite a los usuarios crear objetivos de ahorro específicos, como vacaciones o educación para el futuro. Con esto, han logrado en su primer año más de 100,000 objetivos creados y un ahorro acumulado de 161 millones de euros en tan solo 10 meses.

De cara al futuro, Conde anticipa una revolución en la experiencia bancaria mediante el uso de inteligencia artificial. La IA permitirá automatizar procesos repetitivos como la gestión de documentos y atención al cliente, pero el verdadero avance será en la interacción con el banco.

**“La segunda oleada será a la hora de comunicarnos. Ahora mismo la experiencia de usuario que hay con los chatbots todavía es muy regular. El siguiente paso hacia donde va la IA, es en el que tú puedas tener una conversación con un agente virtual del banco que te entienda perfectamente y te dé las respuestas adecuadas”**, finaliza el CEO.

La tecnología está redefiniendo el panorama bancario, impulsando una transformación que no solo optimiza los procesos internos, sino que también revoluciona la manera en que los usuarios interactúan con las entidades financieras. Con el potencial de evolucionar hacia interacciones más humanas y eficientes, la IA promete consolidarse como el pilar central de la banca del futuro.



# OPORTUNIDADES Y RETOS DE LA INDUSTRIA FÍLMICA EN MÉXICO

Netflix anunció una inversión de mil millones de dólares para el sector audiovisual, pero aún existen desafíos.

Escrito por: Estefani Rodriguez



**C**on una geografía diversa y una industria cinematográfica en crecimiento, México se ha convertido en un atractivo centro de filmaciones. "Tenemos la posibilidad de recrear cualquier sitio del mundo: Chihuahua para escenarios nevados, Yucatán para el mundo maya y Sonora o Durango para películas del oeste", explica Jorge Medina, presidente de la Asociación Mexicana de Filmadoras (AMFI).

De acuerdo a cifras de la Comisión Mexicana de Filmaciones, en 2023, el valor de las producciones audiovisuales fue aproximadamente de 10 mil millones de pesos. "De esa cantidad, el 53% está hecho por temas de publicidad y de ese porcentaje la AMFI representa a 33 asociados, que son el 60%", señala Medina.

En este contexto, las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial (IA), han puesto a la industria en un momento de cambio y evolución. "Ahora con la IA necesitamos replantearnos quiénes son o cuáles son las historias que realmente merecen ser contadas y requieren de todo ese cuidado para generar realidades que aún no existen. El punto es saber cómo nos subimos a esta transformación tecnológica con soluciones diferentes, con mayor objetividad y optimización de recursos".

Asimismo, las plataformas de *streaming* han revolucionado el consumo de contenido, permitiendo la internacionalización de las producciones mexicanas. "La democratización de los contenidos ha abierto un panorama distinto", dice Medina. Esta nueva realidad ha favorecido la planificación a largo plazo en la producción audiovisual, lo que genera estabilidad y mejores condiciones para la industria.

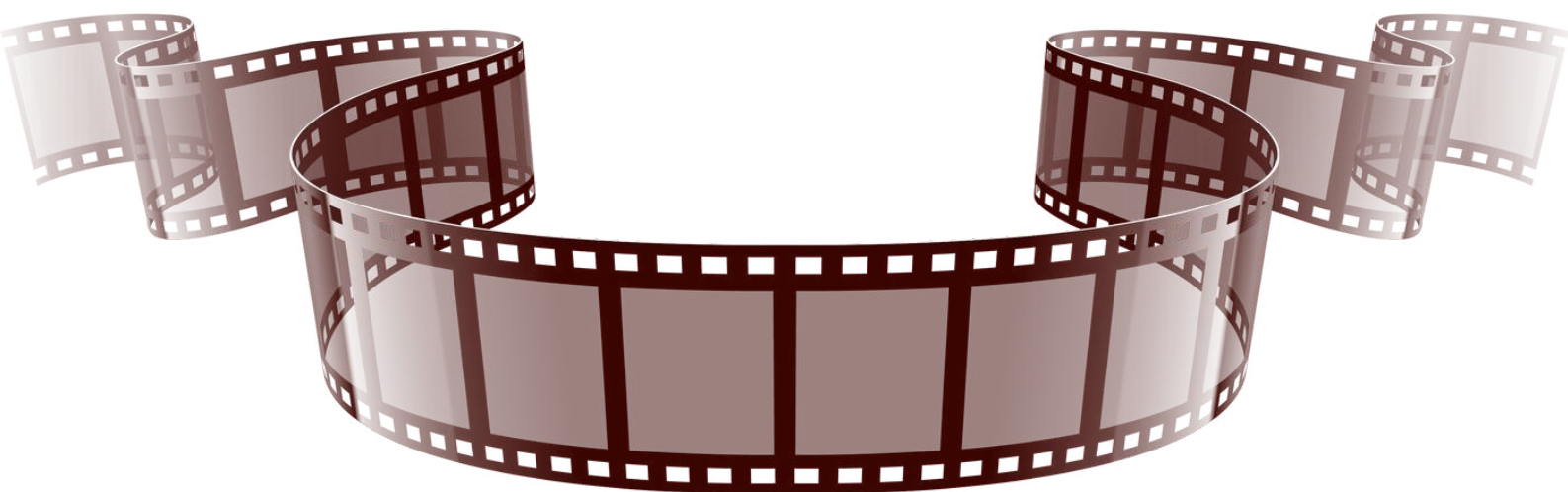


A propósito, recientemente, **Netflix** anunció una inversión de mil millones de dólares en México, lo que confirma su competitividad en el sector. **"No es casualidad"**, afirma el presidente de la AMFI, destacando la exportación de talento mexicano a otros países.

Pero a pesar de su potencial, también enfrentan desafíos significativos, especialmente en el financiamiento. **"Los grandes anunciantes han cambiado sus procesos financieros, lo que afecta a las PyMES que terminan financiando a los gigantes corporativos"**, advierte. Este problema limita el crecimiento de creativos y productores, quienes ven obstaculizado su desarrollo por los largos plazos de pago.

Entonces, para fortalecer la industria, se necesita un trabajo conjunto entre Gobierno, marcas, plataformas y productores. **"La pandemia nos enseñó que la única forma de sobrevivir es trabajando en conjunto"**, concluye Jorge. Bajo este enfoque colaborativo, la AMFI busca consolidar al sector audiovisual como un motor económico y creativo a nivel nacional e internacional.

El desafío será garantizar condiciones justas para todos los actores involucrados y adaptarse a las nuevas tecnologías, sin perder la esencia creativa que ha caracterizado al cine y la televisión mexicana durante todos estos años.





**Lobe  
Mark**



**MARKETING  
& PUBLICIDAD**  
**lobemark.com**

# LAS ENFERMEDADES METABÓLICAS ENCUENTRAN UN ALIADO EN LA TECNOLOGÍA

Con sensores y análisis de datos en tiempo real, el *biohacking* permite a los usuarios tomar decisiones informadas para mejorar su bienestar.

Escrito por: Esperanza Aguilera





**L**a salud metabólica se ha convertido en una preocupación mundial. Actualmente, las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) representan una de las mayores amenazas para la salud pública.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), las ECNT, como la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer, son responsables de aproximadamente el 74% de las muertes en todo el mundo. Estas cifras destacan la necesidad de adoptar medidas preventivas y herramientas que ayuden a las personas a tomar el control de su salud.

En particular, la diabetes afecta a 537 millones de adultos en el mundo, y se espera que esta cifra alcance los 783 millones para 2045, según datos de la Federación Internacional de Diabetes (IDF). No obstante, la tecnología está jugando un papel fundamental. Las plataformas digitales y dispositivos inteligentes están revolucionando la forma en que las personas monitorean y mejoran su salud.



Una de las propuestas más innovadoras en este ámbito es **Habits.AI**, una plataforma que combina sensores de Internet de las Cosas (IoT) con inteligencia artificial (IA) para ayudar a los usuarios a comprender y optimizar su salud. **“Lo que hacemos es conectar sensores que toman datos del ser humano, como sensores de glucosa, anillos, bandas inteligentes y básculas. Esta información se une en una plataforma que utiliza IA para dar sentido a los datos y generar cambios de comportamiento”**, comparte José Antonio Torres, CEO de Habits.AI.

Con un enfoque en la salud metabólica, esta plataforma se centra en monitorear la glucosa como un indicador clave, dado que **“las cinco principales enfermedades degenerativas, como diabetes, cáncer, hipertensión, alzheimer y enfermedades respiratorias, están impactadas por niveles altos de glucosa”**, afirma el CEO.

Según la Federación Internacional de Diabetes, la diabetes tipo 2, que está estrechamente vinculada a desequilibrios metabólicos, representa aproximadamente el 90% de los casos de diabetes a nivel mundial. Además, un estudio publicado en la revista médica británica, *The Lancet*, destaca que la resistencia a la insulina y los picos constantes de glucosa en sangre son factores determinantes en el desarrollo de enfermedades cardiovasculares y neurodegenerativas.





El monitoreo continuo de glucosa (MCG) es una de las herramientas clave de la plataforma. A través de sensores que capturan datos en tiempo real, Habits.AI permite a los usuarios identificar cómo sus hábitos alimenticios, patrones de sueño, actividad física y niveles de estrés afectan sus niveles de glucosa. **“Cuando entiendes qué afecta tus picos de glucosa, puedes empezar a aplanar esa curva y mejorar tu salud a largo plazo”**, comenta Torres.

Además, destaca que una dieta adecuada, basada en alimentos que no generen picos bruscos de glucosa, así como el aumento de masa muscular y la reducción del estrés, son factores determinantes para estabilizar estos niveles.

**“Habits.AI no solo recopila datos, sino que también los traduce en acciones concretas”**, señala. Así, la plataforma utiliza la metodología del *biohacking*, que consiste en realizar pequeños cambios en los hábitos diarios basados en la información proporcionada por los sensores.

En un momento donde los sistemas de salud enfrentan una creciente presión, soluciones como esta ofrecen una alternativa proactiva. La combinación de IoT, IA y un enfoque centrado en el usuario está redefiniendo la manera en que las personas entienden y gestionan su salud.

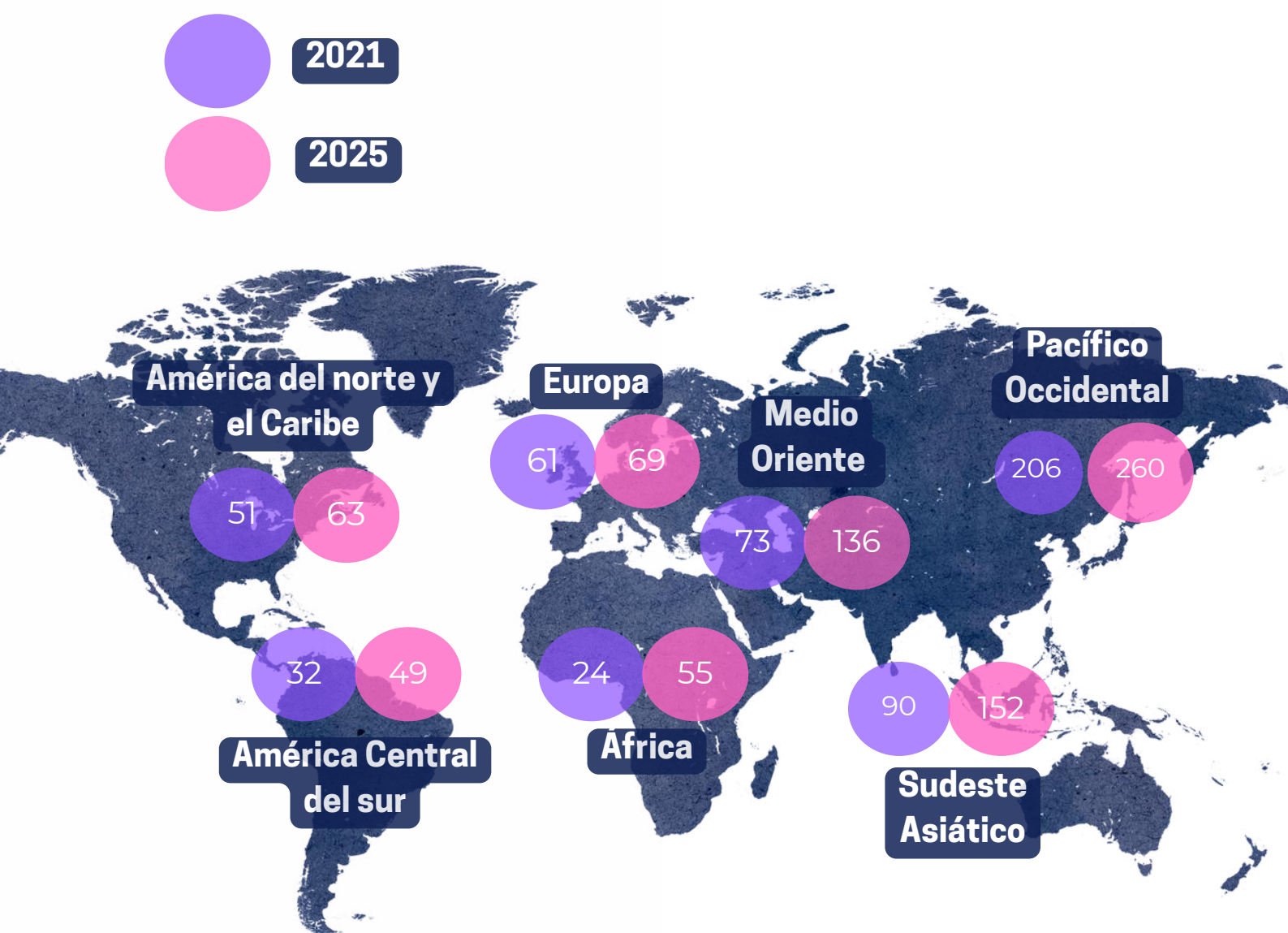
**“TU SALUD LA  
CONSTRUYES DÍA  
A DÍA,  
CONOCIENDO TU  
CUERPO Y  
GENERANDO  
CAMBIOS QUE  
REALMENTE  
MARQUEN LA  
DIFERENCIA”**





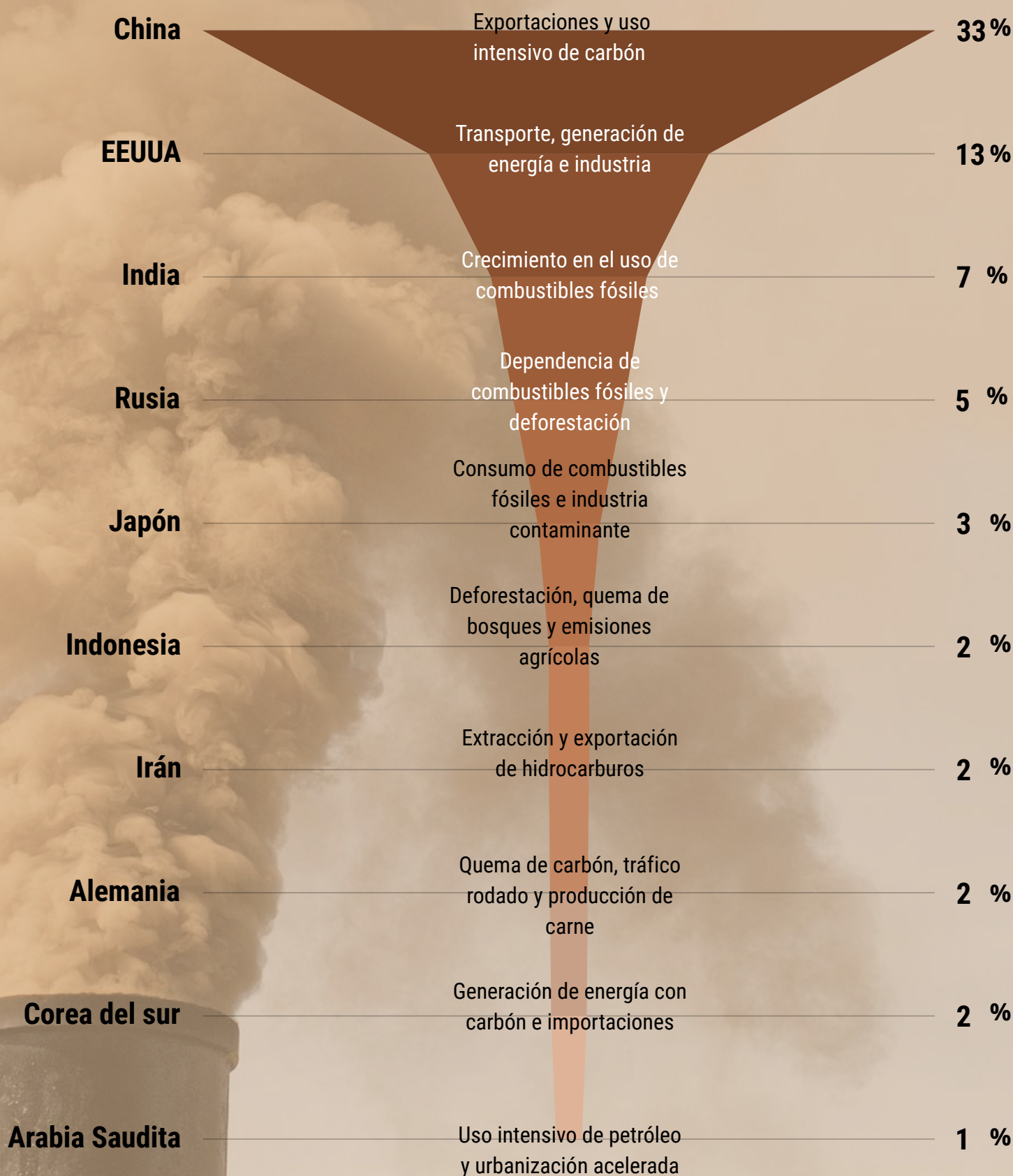
## EL AVANCE DE LA DIABETES EN EL MUNDO

Estimación de adultos (20-79 años) con diabetes por región, 2021 y 2025 (en millones).



*Fuente: Federación Internacional de la Diabetes*

# Ranking de países más contaminantes del mundo






# BIOMOLÉCULAS PARA UNA AGRICULTURA ADAPTADA AL CAMBIO CLIMÁTICO

La biotecnología impulsa soluciones innovadoras para cultivos resistentes a la sequía, optimizando el uso del agua y fortaleciendo la seguridad alimentaria.

Escrito por: Esperanza Aguilera







**L**a sequía se ha convertido en uno de los mayores desafíos para la agricultura mundial. La escasez de agua no solo reduce la productividad de los cultivos, también amenaza la seguridad alimentaria y aumenta los costos de producción. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), se necesitan entre 2,000 a 5,000 litros de agua diarios para producir los alimentos de consumo de una persona, amenazando así los medios de subsistencia y la estabilidad económica.

**"El sector agroalimentario tiene muchos desafíos, y uno de los más urgentes es adaptar la producción primaria al contexto climático y ambiental",** señala Paz Álvarez, CEO de **Zavia Bio**, una startup argentina especializada en el diseño de biomoléculas que mejoran la capacidad de las plantas para enfrentar el estrés hídrico.

**"Lo que hacemos es darle un aviso a la planta de que va a enfrentar algún estrés, lo que le permite adaptar su fisiología y fortalecerse sin necesidad de modificación genética o el uso de químicos sintéticos",** explica Álvarez.

La ONU (Organización de las Naciones Unidas) prevé que para el año 2050 más de la mitad de la población mundial (52%) sufrirá escasez severa de agua, lo que representa una amenaza crítica. Este desafío se agrava si se considera que, en la actualidad, alrededor del 70% del agua dulce disponible se destina a la agricultura, un sector vital para la producción de alimentos.

Por ello, Álvarez subraya la necesidad de que este tipo de soluciones sean accesibles desde las grandes empresas hasta los pequeños agricultores, quienes a menudo son los más afectados:

**“Es muy importante entender la democratización y el acceso a las nuevas tecnologías. No solamente queremos adaptar la agricultura al contexto de crisis climática y ambiental, sino que todos los actores a lo largo y ancho del planeta Tierra tengan acceso a las tecnologías para esa adaptación al cambio climático, porque eso es realmente lo que va a habilitar o no esta transformación hacia un modelo más sostenible y más justo”.**

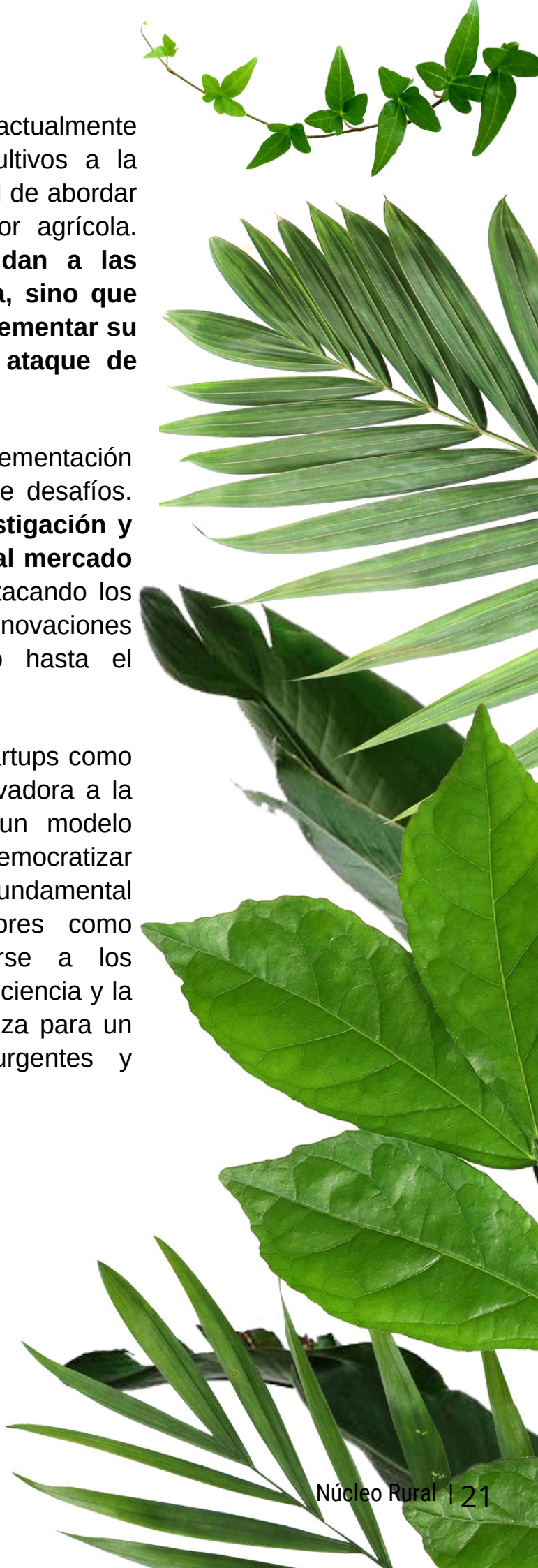




Aunque Zavia Bio se encuentra actualmente enfocada en la tolerancia de los cultivos a la sequía, su tecnología tiene el potencial de abordar otras problemáticas críticas del sector agrícola. **"Estas biomoléculas no solo ayudan a las plantas a enfrentar la falta de agua, sino que también pueden diseñarse para incrementar su resistencia a patógenos, como el ataque de hongos o insectos"**, comparte.

Sin embargo, el camino hacia la implementación de estas soluciones no está exento de desafíos. **"Estamos en la fase final de investigación y desarrollo, y proyectamos la salida al mercado para el próximo año"**, comenta, destacando los esfuerzos que implica llevar innovaciones biotecnológicas desde el laboratorio hasta el campo.

Las biomoléculas desarrolladas por startups como Zavia Bio ofrecen una respuesta innovadora a la crisis hídrica y abren la puerta a un modelo agrícola más sostenible e inclusivo. Democratizar el acceso a estas tecnologías será fundamental para que tanto pequeños productores como grandes empresas puedan adaptarse a los desafíos del futuro. En este camino, la ciencia y la innovación siguen sembrando esperanza para un planeta que necesita soluciones urgentes y efectivas.



# LA RESISTENCIA A LOS ANTIBIÓTICOS ES LA PANDEMIA SILENCIOSA DEL SIGLO XXI

Escrito por: Esperanza Aguilera

Entre superbacterias y nuevos tratamientos, la carrera por detener la resistencia antimicrobiana está en marcha.



**L**os avances médicos han transformado la manera en que enfrentamos las enfermedades. Sin embargo, en los últimos años, la resistencia a los antibióticos ha representado una amenaza creciente. Aunque no es un fenómeno nuevo, su aceleración ha encendido las alarmas de la comunidad científica.

La resistencia antimicrobiana ocurre cuando bacterias patógenas desarrollan la capacidad de sobrevivir a los medicamentos diseñados para combatirlas. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), se estima que, para 2050, esta problemática podría causar 10 millones de muertes anuales si no se toman medidas urgentes.

**"No es algo que haya aparecido de la nada, es parte del proceso natural de adaptación de las bacterias",** afirma la Dra. Corina-Diana Ceapă, investigadora asociada del Laboratorio MicroIQ del Instituto de Química de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). Además, destaca que **"se ha visto intensificado artificialmente por prácticas humanas inadecuadas".**



Esta problemática no se limita al ámbito clínico, se extiende a la industria ganadera y al medio ambiente. **"Los antibióticos que usamos en la clínica también se emplean en la ganadería y se desechan en aguas residuales sin control"**, explica Ceapă. Esto ha llevado a la contaminación de ecosistemas y al aumento de bacterias resistentes en múltiples entornos, creando un ciclo preocupante que conecta la salud humana, animal y ambiental.

La doctora comparte que, entre las bacterias más preocupantes se encuentran las denominadas **"ESKAPE"**, un acrónimo que engloba a algunos de los patógenos más resistentes y peligrosos, como *Acinetobacter*, *Enterobacter* y *Escherichia coli*. No obstante, aunque estas bacterias son un problema mundial, su comportamiento varía según la región y factores como el clima y la densidad poblacional influyen en su evolución.

A pesar de la gravedad de este problema, la resistencia a los antibióticos sigue siendo una "pandemia silenciosa". **"El número de personas afectadas es similar a las personas enfermas por cáncer o malaria, pero hay un problema en reconocer el tamaño y la gravedad de este fenómeno. El financiamiento dedicado a esto es 10 o incluso 50 veces menor"**, comenta.



En respuesta a esta crisis, la investigadora y su equipo en el Laboratorio MicroIQ están trabajando en tres ejes principales: vigilancia genómica, desarrollo de nuevos antimicrobianos y la creación de vacunas contra infecciones resistentes.

**"Secuenciamos bacterias multirresistentes y panresistentes para entender sus mecanismos de resistencia a nivel molecular".**

Asimismo, utilizan herramientas de inteligencia artificial (IA) y genómica para acelerar el descubrimiento de nuevos antibióticos. **"Cada nuevo antibiótico nos gana unos 10 años de uso clínico antes de que las bacterias se adapten"**, señala. Sin embargo, advierte que estas son soluciones a corto plazo. A largo plazo, se necesitan estrategias como el uso de bacteriófagos (virus que infectan bacterias) vacunas, y concientización.

Por ello, el equipo está desarrollando una aplicación llamada "conviviendo con moléculas", que utiliza realidad aumentada e IA para concientizar a la sociedad sobre esta problemática. Esta herramienta, que esperan esté disponible a finales de este año, permitirá a los usuarios interactuar con una "superbacteria" virtual que explica el problema. **"La app busca hacer que la información sea más atractiva y comprensible para todos, desde estudiantes hasta profesionales de la salud"**, asegura la investigadora.

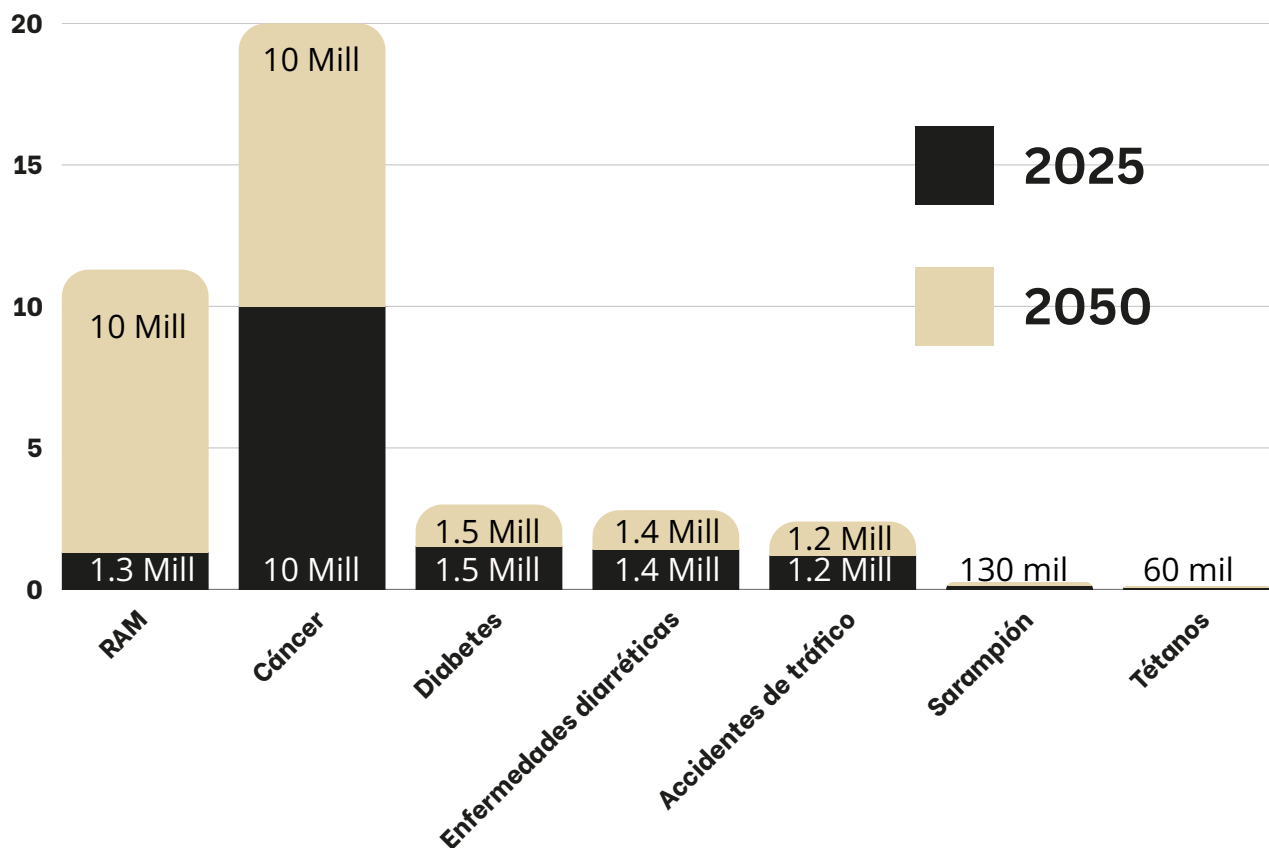
La resistencia a los antibióticos representa una de las mayores amenazas para la salud mundial del siglo XXI. **"Aún hay mucho que se puede avanzar en reglamento gubernamental, pero también es necesario la difusión, para que la sociedad entienda que con tener cierto nivel de higiene en los alimentos o seguir sus tratamientos médicos tal cual, pueden estar salvando sus vidas"**, finaliza Corina.





## ¿ESTAMOS PREPARADOS PARA LAS SUPERBACTERIAS?

Cantidad de muertes mundiales por infecciones a causa de resistencia a antimicrobianos\* (RAM) frente a otras causas.



\*Antibióticos, antivirales, antifúngico y antiparasitarios.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)

**Vivir un mundo más verde  
no es un sueño  
es un compromiso**



# PRINCIPALES PREDICCIONES QUE MARCARÁN EL MARKETING MÓVIL EN 2025

Escrito por: Estefani Rodriguez

La IA y el aprendizaje automático revolucionan la industria, mientras las regulaciones y nuevos canales redefinen el panorama.



Con la acelerada evolución tecnológica, el marketing móvil enfrenta un año de transformaciones significativas. La inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático (ML) han dejado de ser una promesa para convertirse en herramientas clave que permiten a las marcas captar la atención, mejorar el compromiso y fomentar la lealtad del consumidor.

Al respecto, Andrey Kazakov, CEO de Adjust, empresa líder en medición y análisis, destaca que 2025 será el año en que la IA y el ML alcanzarán un nuevo nivel de sofisticación. **"Si bien en 2024 se demostró el potencial de estos modelos, ahora veremos su escalamiento. Los especialistas en marketing confiarán más en estas tecnologías para obtener mejores resultados y optimizar su inversión"**, afirma.

Por su parte, Egor Lukomsky, CTO de Adjust, señala que la IA generativa no solo potenciará la creatividad y el compromiso, sino que también desempeñará un papel clave en la optimización del desempeño. **"Adoptar modelos de aprendizaje automático basados en datos alternativos permitirá a las marcas comprender y predecir el comportamiento del usuario de manera compatible con la privacidad"**, explica.

Asimismo, las tiendas de aplicaciones tradicionales enfrentarán una competencia creciente por parte de plataformas alternativas y tiendas web. El año pasado, Europa sentó las bases con regulaciones como la Ley de Mercados Digitales (DMA), y en 2025 se espera que las marcas adopten nuevos canales de distribución para generar ingresos sin depender de intermediarios.



Otra tendencia será las regulaciones de privacidad y control de datos por parte del usuario. Las normativas sobre protección de datos seguirán fortaleciéndose a nivel mundial. Lukomsky advierte que los especialistas en marketing deberán adaptarse a múltiples marcos de mediciones para cumplir con regulaciones regionales y garantizar la seguridad de la información de los usuarios.

Por último, se proyecta un crecimiento de las aplicaciones de apuestas deportivas. En México, por ejemplo, este tipo de apps han experimentado un auge sin precedentes, impulsadas por la accesibilidad de las plataformas móviles y el creciente interés en los deportes. Fernando Cabral, director de crecimiento en Adjust LATAM, anticipa que la IA potenciará el marketing en este sector con promociones hiperpersonalizadas y análisis predictivos.

**“A medida que la tecnología evoluciona rápidamente, es vital que los especialistas en marketing de la región adapten sus estrategias para satisfacer los cambios en los comportamientos de los consumidores. En 2024, México experimentó el mayor aumento en descargas de aplicaciones a nivel mundial, con 225 millones de instalaciones más que en 2023. Así que existe una excelente oportunidad para interactuar con estos consumidores de manera significativa en este año”, concluye.**

La clave del éxito radica entonces en la capacidad de adaptación, la innovación y el compromiso con la privacidad del usuario. Aquellas marcas que comprendan el nuevo ecosistema digital y sepan combinar creatividad con datos serán los protagonistas de una nueva era en la industria.





**Amor por la tierra, amor por tus alimentos.**





# EL LUJO Y LA SOSTENIBILIDAD EN EL DESCANSO ATERRIZAN EN MADRID



Escrito por: Estefani Rodríguez

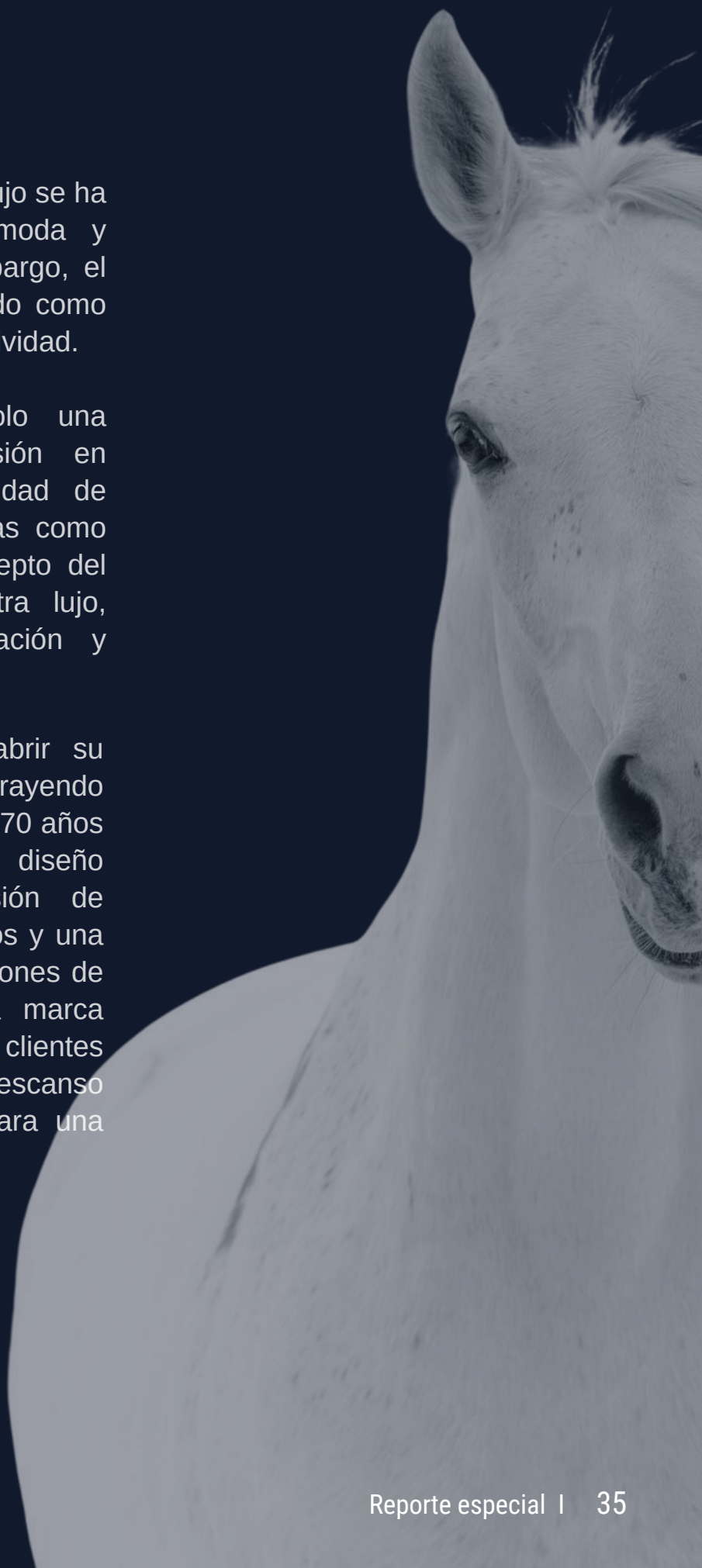


# T

radicionalmente el lujo se ha asociado con automóviles, moda y relojes de alta gama; sin embargo, el descanso de calidad ha surgido como una nueva frontera en la exclusividad.

Dormir bien ya no es solo una necesidad, sino una inversión en bienestar, rendimiento y calidad de vida. En este contexto, marcas como Hästens han elevado el concepto del descanso a un nivel de ultra lujo, combinando tradición, innovación y sostenibilidad.

La firma sueca acaba de abrir su primera tienda en Madrid, trayendo consigo su legado de más de 170 años de excelencia artesanal y diseño innovador. Con una inversión de aproximadamente 750 mil euros y una proyección de ventas de 2 millones de euros en su primer año, la marca busca conquistar a los clientes exigentes que valoran el descanso como un pilar fundamental para una vida plena y exitosa.



La decisión de aterrizar este negocio en la capital española responde a una demanda creciente por productos de lujo y bienestar. "La ciudad madrileña es un epicentro de arquitectura e interiorismo con más de 6,500 arquitectos y 2,700 interioristas, además de ser un polo de atracción para inversores y residentes de alto poder adquisitivo", señala Carmen Del Cid, directora de ventas en Hästens Madrid.

Entre las piezas más exclusivas destaca la Grand Vividus, diseñada por Ferris Rafauli, que redefine el concepto de descanso de ultra lujo. Con un precio de 600,000 euros y dos reservas confirmadas antes de la apertura de la tienda, esta cama se posiciona como una obra maestra de diseño y confort.

El secreto de Hästens radica en sus cuatro pilares fundamentales: exclusividad, excelencia, bienestar y sostenibilidad. Cada cama está hecha a mano en Suecia con materiales 100% naturales como crin de caballo, lana, algodón y lino, garantizando un descanso regenerador sin la presencia de químicos ni adhesivos. Además, se utiliza madera de bosques gestionados de manera responsable y emplea procesos artesanales que minimizan el impacto ambiental. Así, sus camas están diseñadas para durar décadas, promoviendo un consumo responsable.





Un punto a destacar es la personalización de los productos. “Los asesores identifican las necesidades específicas de cada cliente para recomendar la opción más adecuada dentro de una gama que oscila entre los 6,000 y 600,000 euros”, enfatiza Del Cid.

Desde luego, el bienestar se ha convertido en un factor determinante a la hora de elegir en qué invertir. Hästens ha sabido posicionarse como líder en este segmento, ofreciendo más que camas: una experiencia de descanso incomparable. Con su llegada a Madrid y sus próximos planes de expansión a Pozuelo de Alarcón y La Moraleja, la firma busca consolidarse en el mercado español como sinónimo del descanso perfecto, donde cada noche se convierte en una experiencia de lujo absoluto.



***"Cada capa de nuestras camas está pensada para equilibrar el descanso y garantizar que cada mañana puedas despertar como la mejor versión de ti mismo"***



Hästens Grand Vividus con cabecero Grand Vividus en Black Shadow. Revestido en Ghost Black de la colección Monogram.





# HÄSTENS MADRID

[hastensmadrid@whitebrands.com](mailto:hastensmadrid@whitebrands.com)







**Negocios  
para  
Negocios**

# — LA MEJOR FORMA DE INVERTIR

tu tiempo →

[negociosparanegocios.com](http://negociosparanegocios.com)

# MUJERES PRESIDENTAS ELECTAS EN AMÉRICA LATINA

Elaborado por Pilar Astupiña



## **Violeta Barrios de Chamorro**

Periodo: (1990-1997)

Partido Unión Nacional de Oposición

Primera mujer presidenta en Latinoamérica.

Logró la reconciliación nacional tras la guerra civil, redujo la deuda externa e impulsó la profesionalización de las Fuerzas Armadas.



## **Mireya Moscoso**

Periodo: (1999-2004)

Partido Arnulfista

Ganó las elecciones contra Martín Torrijos, hijo del exdictador panameño Omar Torrijos.



## **Michelle Bachelet**

Coalición Concentración de los Partidos por la Democracia (CPD)

Primer mandato (2006-2010) enfrentó protestas estudiantiles y mineras, y gestionó la crisis financiera de 2008 con programas sociales.

Segundo mandato (2014-2018) implementó reformas fiscales y educativas tras ganar las elecciones de 2013.



## **Cristina Fernández de Kirchner**

Partido Justicialista (PJ)

En su primer mandato (2007-2011) asumió la presidencia tras suceder a su esposo, Néstor Kirchner, enfrentando huelgas y supervisando la reestructuración de la deuda.

En su segundo mandato (2011-2015) enfrentó un escándalo de corrupción y una investigación fiscal.





# MUJERES PRESIDENTAS ELECTAS EN AMÉRICA LATINA



**Laura Chinchilla**

Periodo: (2010-2014)

Partido Liberación Nacional

Gestionó un conflicto territorial con Nicaragua sobre la isla Calero.



**Dilma Rousseff**

Partido de los Trabajadores

En su primer mandato (2011-2014)

implementó una reforma fiscal y creó la

Comisión de la Verdad para investigar crímenes de la dictadura militar.

Fue reelegida en 2015 pero destituida en 2016, tras un juicio político en medio de escándalos de corrupción.



**Xiomara Castro**

Periodo: (2022 - actualidad)

Partido Libertad y Refundación

Venció a Nasry Asfura y fue primera dama durante el derrocamiento de su esposo.



**Claudia Sheinbaum**

Periodo: (2024 - actualidad)

Exjefa de Gobierno de Ciudad de México.

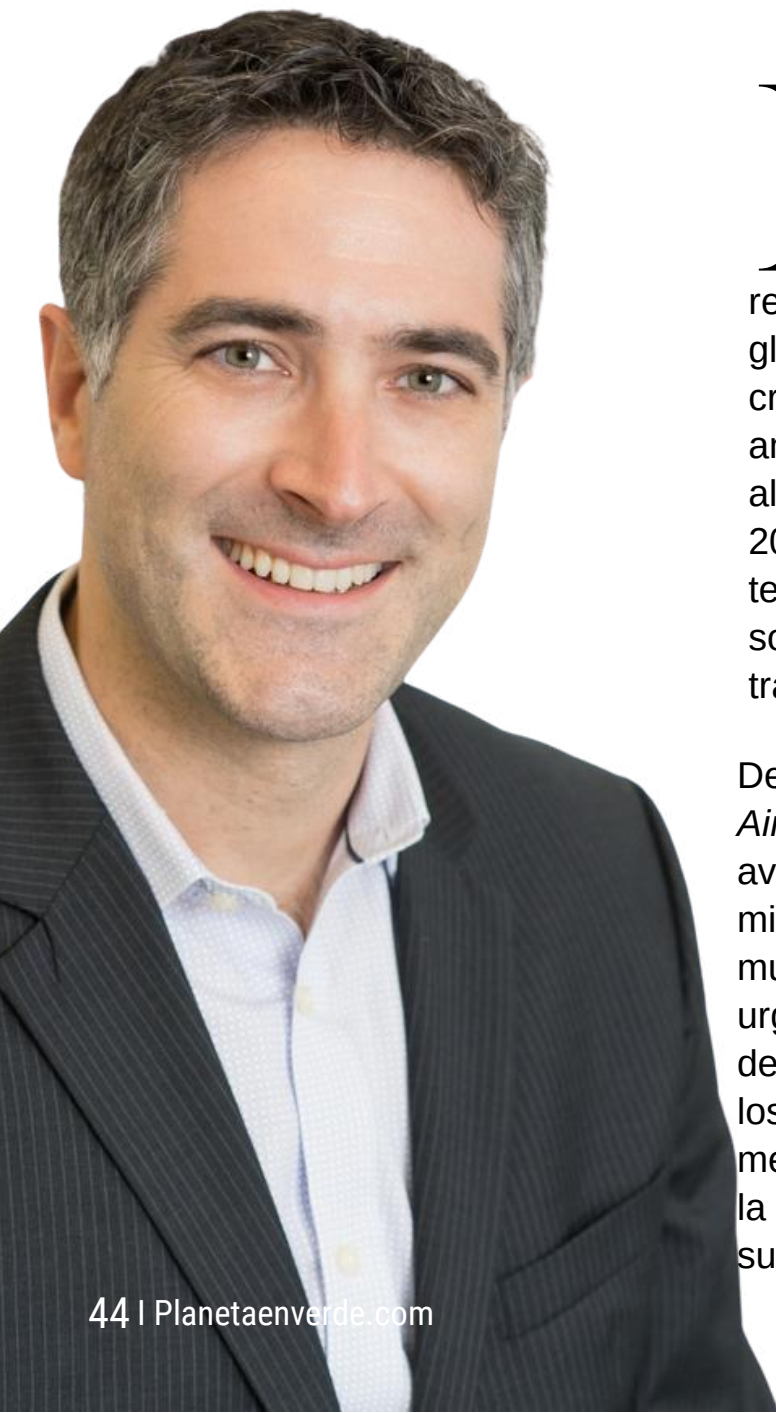
Primera alcaldesa electa de la ciudad.



# AMÉRICA LATINA TIENE EL POTENCIAL PARA LIDERAR LA AVIACIÓN SOSTENIBLE

La región podría convertirse en exportadora de Combustibles Sostenibles de Aviación (SAF), clave para la descarbonización del sector aéreo.

Escrito por: Esperanza Aguilera



**L**a industria aeronáutica, responsable del 2.5% de las emisiones globales de CO<sub>2</sub>, enfrenta una presión creciente para reducir su impacto ambiental. Con metas ambiciosas, como alcanzar cero emisiones netas para 2050, el sector está adoptando tecnologías innovadoras y combustibles sostenibles para transformar el futuro del transporte aéreo.

De acuerdo con datos de la asociación *Air Transport Action Group*, en 2019 la aviación emitió aproximadamente 915 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> a nivel mundial, una cifra que subraya la urgencia de reducir la huella de carbono del sector. Ante este panorama, uno de los principales focos de acción es la mejora tecnológica, que busca optimizar la eficiencia de las aeronaves y disminuir su impacto ambiental.



**“Tener tecnología te permite crecer sin emitir más carbono. El factor tecnológico es esencial; es el primer pilar de la estrategia de la aviación para reducir a nivel global sus emisiones”,** menciona Guillaume Gressi, vicepresidente internacional de Estrategia y Operaciones Comerciales de Airbus para América Latina y el Caribe. No obstante, advierte que **“la tecnología es esencial, pero no basta. Necesitamos trabajar en varios pilares para alcanzar las metas”**.

Uno de esos pilares es el uso de Combustibles Sostenibles de Aviación (SAF, por sus siglas en inglés), que pueden reducir las emisiones hasta en un 80% durante su ciclo de vida. Aunque actualmente representan solo el 0.5% del total de combustibles utilizados en la aviación, su potencial es enorme. **“El reto es incrementar la producción”**, afirma Gressi. Estos combustibles se producen a partir de biomasa, reutilizando carbono ya presente en la atmósfera, lo que los convierte en una alternativa clave para descarbonizar el sector.



América Latina, en específico, surge como una región con gran potencial para la producción de SAF. Brasil, por ejemplo, lleva décadas desarrollando biocombustibles para el transporte terrestre y recientemente aprobó una ley para impulsar los SAF, según comparte el vicepresidente. Colombia y Chile también han publicado hojas de ruta para su desarrollo. **"La región tiene una gran biomasa y una oportunidad única para convertirse en exportadora de combustibles sostenibles"**, destaca.

Sin embargo, la transición hacia una aviación sostenible no depende solo de la tecnología y los combustibles. La infraestructura es otro factor crítico. **"Son inversiones importantes que requieren la colaboración de gobiernos, empresas energéticas y la industria aeronáutica"**, asegura. Solo con un esfuerzo conjunto se podrá financiar y escalar la producción de SAF, así como adaptar los aeropuertos y sistemas de suministro para su uso masivo.



En este contexto, Airbus ha asumido un rol activo. Recientemente, la compañía anunció un acuerdo con la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) para financiar estudios de factibilidad sobre SAF en Argentina, Perú y Panamá. Estos estudios, que comenzarán en los próximos meses, buscan evaluar el potencial de producción de combustibles sostenibles en la región y sentar las bases para un ecosistema colaborativo entre sectores energéticos, agrícolas y de transporte aéreo.

El futuro de la aviación sostenible en Latinoamérica parece prometedor. La región tiene la oportunidad de liderar la transición energética en el sector; y el trabajo conjunto entre gobiernos, empresas y organismos internacionales será clave para convertir esta visión en realidad.



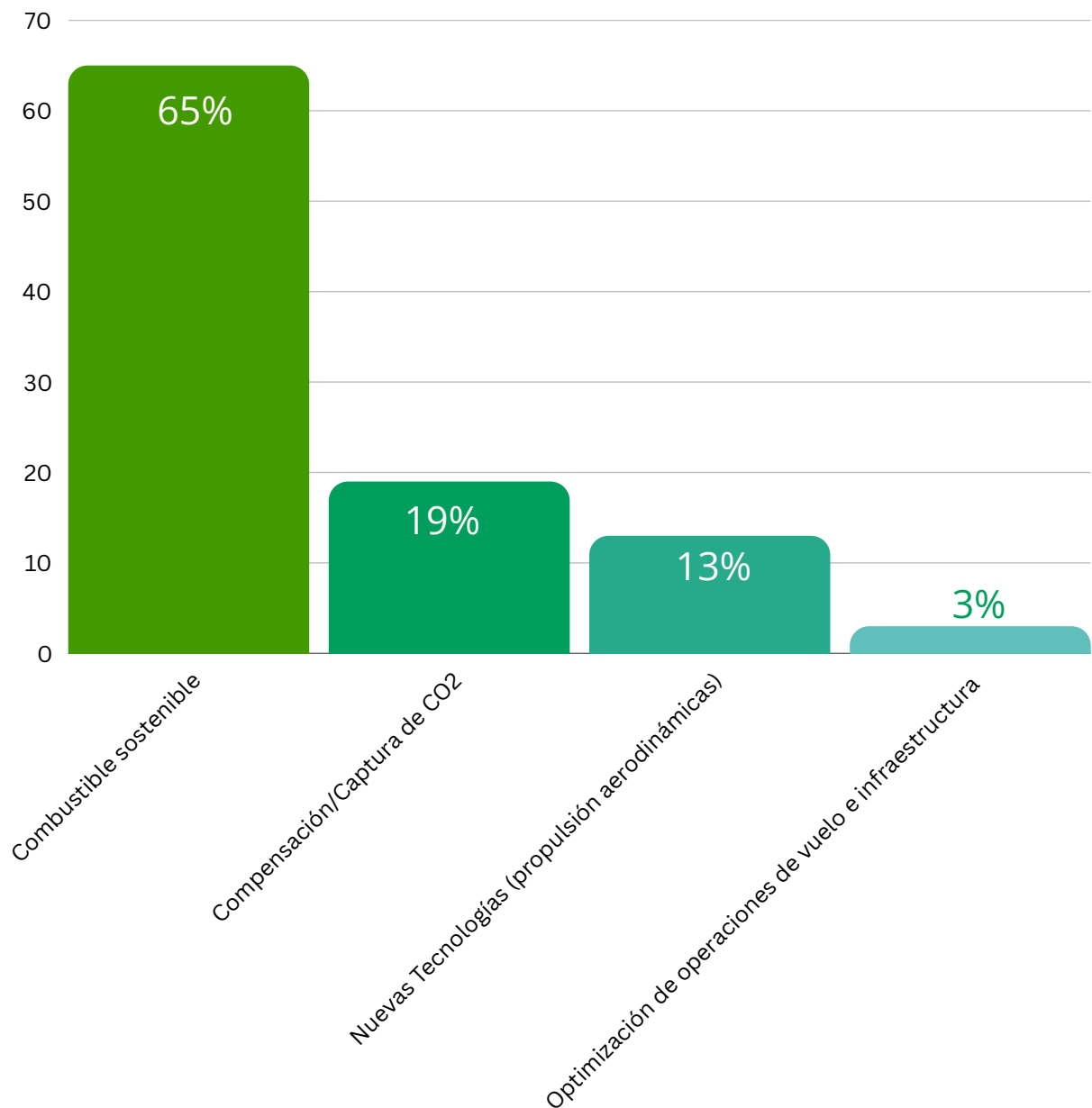
Aunque el camino hacia la descarbonización es complejo, los avances son alentadores. Airbus ya utiliza un 15% de SAF en sus operaciones internas, lo que ha permitido reducir significativamente sus emisiones. Además, la compañía se ha fijado metas ambiciosas, como disminuir un 63% sus emisiones para 2030 en comparación con 2015. **"Estamos logrando estas reducciones a través de energía renovable y mejoras en la eficiencia"**, dice Gressi.





## AVIACIÓN SOSTENIBLE: EL CAMINO HACIA EL CARBONO CERO

Contribución de cada media al objetivo de cero emisiones netas de carbono en la aviación para 2050\*



\* Previsiones  
Fuente: IATA



ESCRIBENOS Y HAZ EXPANDIR TU MARCA

# THEPUBLIC

grupothepublic.com



## BANCA INTELIGENTE

LA IA REVOLUCIONA LA  
RELACIÓN ENTRE BANCOS Y  
CLIENTES

## CINE MEXICANO

NETFLIX INVIERTE MIL  
MILLONES DE DÓLARES EN EL  
SECTOR AUDIOVISUAL

## MARKETING MÓVIL

TENDENCIAS PARA  
APLICAR EN 2025

ENTREVISTA

## CARMEN DEL CID

DIRECTORA DE VENTAS EN  
HÄSTENS MADRID

HOLA@GRUPOTHEPUBLIC.COM

# UN VIAJE AL PASADO EN EL MUSEO PALACIO POSTAL

**Este emblemático edificio es un espacio donde la historia, el arte y la arquitectura se entrelazan, mientras continúa su labor como oficina postal activa.**

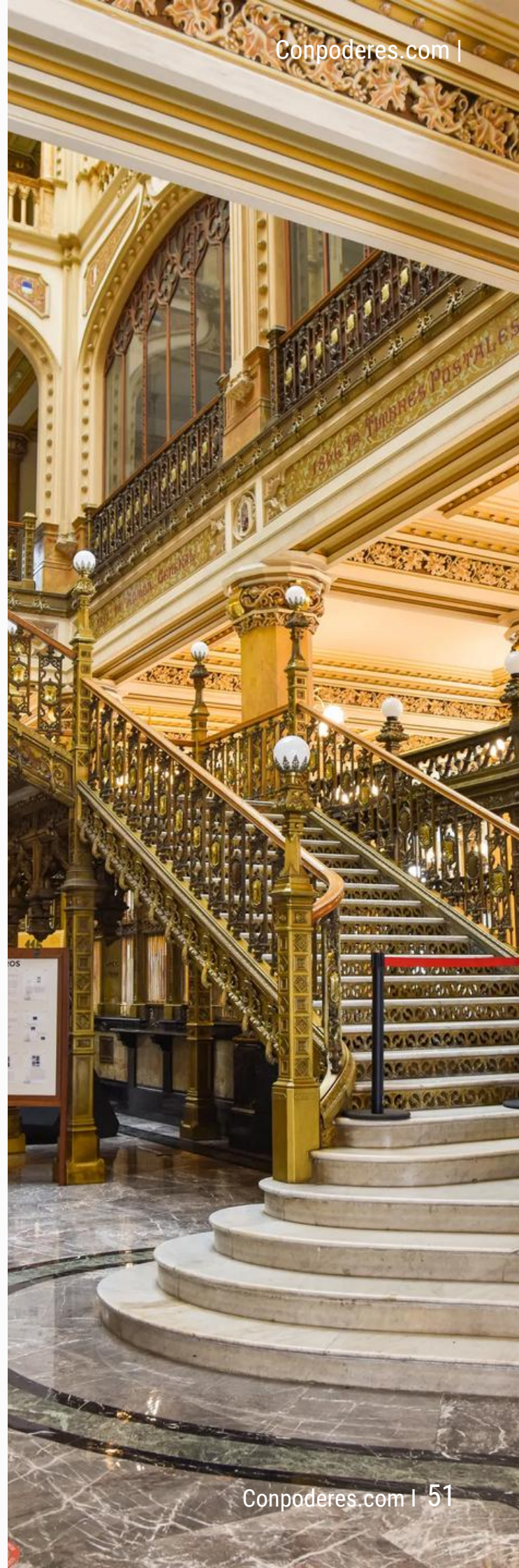
Escrito por: Esperanza Aguilar



**E**n el corazón de la Ciudad de México, donde el bullicio del centro histórico se mezcla con la majestuosidad de sus edificios emblemáticos, se alza el Museo Palacio Postal. Desde su inauguración en 1907, ha sido un símbolo de modernidad y un guardián de la historia postal del país.

Su creación fue el resultado de una larga evolución en los sistemas de comunicación de México. Durante el siglo XIX, bajo el impulso de la modernización y el crecimiento económico, se implementaron reformas clave como la creación del timbre postal en 1856 y la fundación de la Escuela Nacional de Telegrafía en 1874. Estos avances consolidaron la necesidad de un edificio emblemático que centralizara y dignificara la red postal nacional.

Sin embargo, no fue hasta 2024 que se abrió formalmente como museo al público en general. **"Antes solo se ofrecían visitas guiadas programadas, pero con la nueva administración se decidió que el acceso a la cultura debía ser para todos y de manera gratuita"**, señala Marisela Bernardino, gerente de Cultura Postal. Hoy, casi el 80% del lugar está dedicado a salas de exhibición.





Cabe señalar que, el edificio es una obra maestra arquitectónica diseñada por el italiano Adamo Boari, quien también participó en la construcción del Palacio de Bellas Artes. Su estilo ecléctico combina elementos neo-góticos, renacentistas y art nouveau, creando una estructura única que deslumbra a sus visitantes. "Encontramos detalles barrocos, moriscos y venecianos, así como herrajes traídos desde Florencia", explica Bernardino.

**Con exposiciones permanentes que narran la evolución del servicio postal y muestran herramientas históricas como buzones antiguos, estampillas y equipos de clasificación, el museo invita a reflexionar sobre cómo la comunicación ha transformado la sociedad.**



"Aunque pareciera que el correo ya no es una necesidad primaria, sigue siendo fundamental para el envío de paquetes y cartas. Durante la pandemia, nuestros carteros no dejaron de trabajar, demostrando la relevancia de este servicio", dice la gerente. Por ello, el museo también busca revivir la tradición de escribir cartas, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de enviar mensajes desde sus instalaciones, una experiencia que conecta el pasado con el presente.

Declarado patrimonio artístico en 1987, el Palacio Postal es más que un museo: es un símbolo de la identidad mexicana. En definitiva, es un espacio que, más allá de su función museística, sigue siendo un testigo vivo de la evolución de un país y su gente. **"Cada detalle del palacio nos habla de una parte de nuestra historia, no solo como servicio postal, sino como país"**, finaliza Bernardino.

Marisela Bernardino,  
gerente de Cultura Postal.





# ARTE EN PAPEL: ALEYDIS CERVANTES Y SU TRAVESÍA EN LA CARTONERÍA

Escrito por: Estefani Rodriguez



Beneficiaria de Jóvenes Creadores 2023-2024, la artesana mexicana impulsa esta técnica como una expresión artística y cultural.



**L**o que comenzó como un breve taller de tres días en 2016 se convirtió en la pasión y modo de vida de Aleydis Cervantes Dueñas. La joven artesana zacatecana descubrió en la cartonería un sinfín de posibilidades artísticas y, desde entonces, ha dedicado su talento a perfeccionar esta técnica tradicional, obteniendo reconocimientos y consolidando su marca: Espina de Papel.

Cervantes Dueñas, quien inicialmente estudiaba Biología, halló en la cartonería una forma de expresión que la atrapó de inmediato. Aunque el taller en el que participó fue breve, fue suficiente para despertar su interés y llevarla a profundizar en la técnica mediante cursos y concursos. En 2018, formalizó su oficio y comenzó a elaborar piezas decorativas de temporada, como calaveras, alebrijes, piñatas y judas.





Durante la pandemia, enseñó el arte de la cartonería a sus padres, convirtiendo el taller en un espacio de convivencia familiar. Su madre, fruto de este aprendizaje, llegó a obtener el primer lugar en un concurso de arte popular en Zacatecas, México.

Con el tiempo, Aleydis se percató de que muchas personas de su ciudad desconocían el verdadero significado de la cartonería, confundándose con la recolección de cartón. Decidida a cambiar esta percepción, comenzó a impartir talleres en instituciones públicas y privadas, además de compartir su trabajo en sus redes sociales y en su canal de YouTube.

**“Parte de esta técnica es conocer el detrás, la historia, cómo surge o cuáles son sus diferentes procesos, porque la cartonería tiene diferentes subramas y no es lo mismo hacer un juguete que una máscara o un alebrije”, señala Aleydis.**



Su trayectoria de ocho años le ha valido reconocimientos importantes, como el Premio Estatal de la Juventud Zacatecas en dos ocasiones (2019 y 2023), en las categorías de Artes Plásticas, Visuales y Populares e Ingenio Emprendedor, respectivamente. Además, ha sido beneficiaria del programa Jóvenes Creadores del Sistema Creación, tanto en la generación 2020-2021 como en la actual, 2023-2024, dentro de la categoría de Artes y Tradiciones Populares.

En su primera participación en Jóvenes Creadores, presentó **"Desierto de papel"**, un conjunto de 21 esculturas de cartonería que reflejan la problemática de la pérdida de biodiversidad en el semidesierto zacatecano. **"En esa ocasión se me abrió otra perspectiva de cómo ocupar la cartonería, ya como algo artístico y escultórico que me ayuda a expresar lo que pienso y siento"**.





Actualmente, forma parte de la exposición colectiva "Arte en Movimiento" en el Complejo Cultural Los Pinos, con una pieza en homenaje a Antonio González Castillo, reconocido mascarero de Hidalgo. Además, está desarrollando "Rostros y murmullos", una serie de ocho esculturas en tributo a maestros artesanos y cocineras tradicionales de Hidalgo. Como parte de este trabajo, ha visitado talleres en la Sierra Otomí del Valle del Mezquital para documentar sus técnicas y procesos.

Con su talento y dedicación, la artista ha logrado posicionar la cartonería como un arte valioso y versátil. A través de Espina de Papel, su enseñanza y sus proyectos siguen impulsando el conocimiento de esta técnica y abriendo caminos para futuras generaciones de cartoneros.





**Las máquinas aprenden más rápido  
que nosotros, pero no sueñan con  
un futuro mejor; esa sigue siendo  
nuestra ventaja.**



# 6

Escrito por: Estefani Rodríguez

## TENDENCIAS DEL DISEÑO INTERIOR PARA 2025

Descubre los colores, materiales y modelos  
que marcarán la pauta este año en interiores.



**L**a revolución del diseño está aquí. Este año, la mirada se posa en la intersección entre la tecnología y la naturaleza, el bienestar y la sostenibilidad. Desde tonalidades que evocan calma hasta materiales regenerativos, cada elemento invita a repensar los espacios que habitamos. ¿El objetivo? Crear hogares y objetos que no solo sean bellos, sino que también se comprometan con el planeta y nuestras emociones.

Al respecto, cada año, la firma de análisis de tendencias WGSN presenta un panorama de las principales corrientes que influyen en los hábitos de consumo y el diseño de productos. A continuación, exploramos las tendencias clave que definirán este mercado.



## Colores: seguridad y hedonismo consciente

**Sunset Coral:** color energizante que fomenta el autocuidado y se destaca en accesorios y muebles pequeños.



**Future Dusk:** tono surrealista y versátil, ideal como alternativa al azul marino o violeta.

**Sage Green:** verde sereno que transmite estabilidad y se alinea con la estética biofílica.

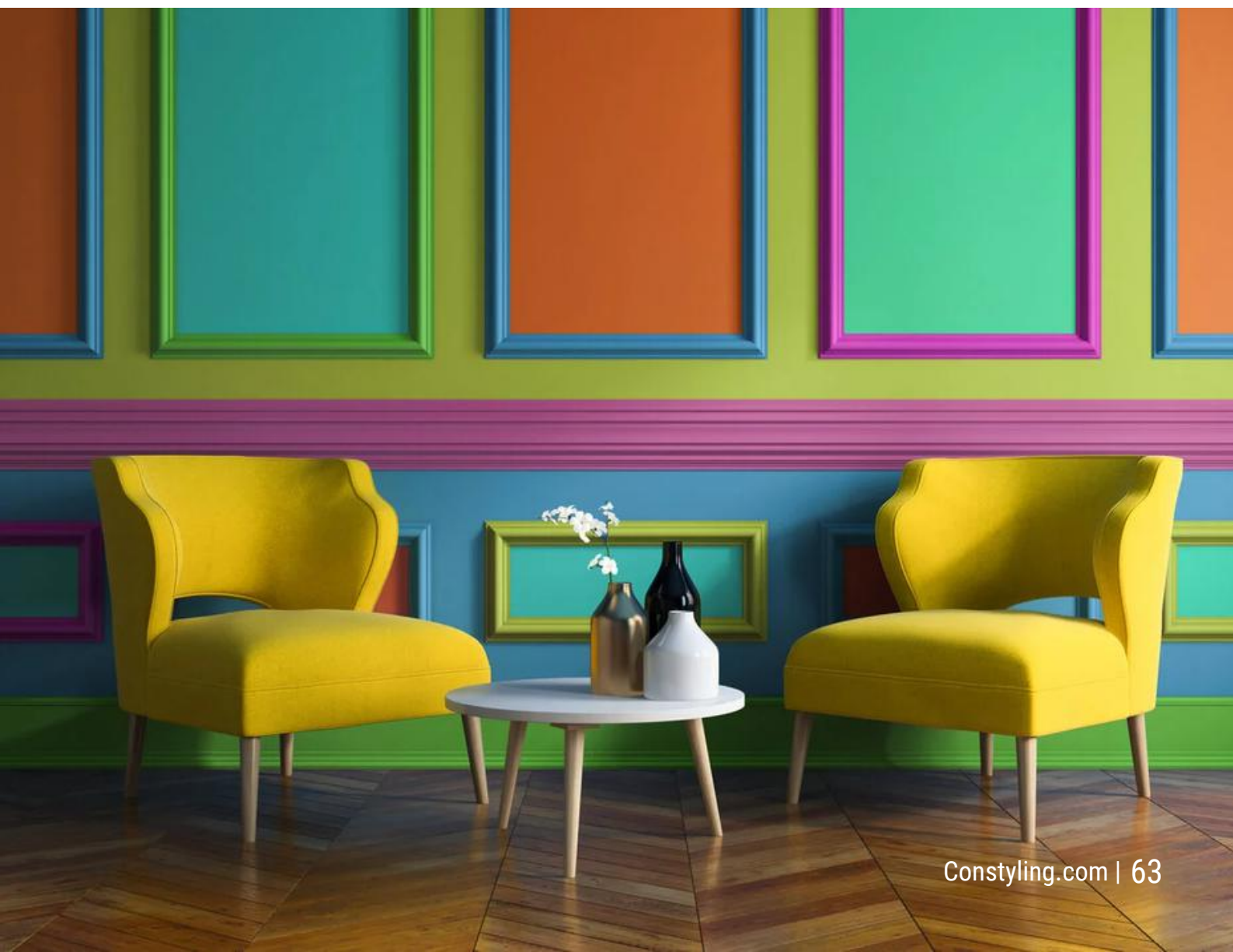


## Cama y baño: bienestar y funcionalidad

**Suavidad restaurada:** prioridad en texturas reconfortantes y formas redondeadas.

**Básicos FUN-ctional:** la alegría se refleja en diseños atrevidos y la tendencia *#ColourBlocking*.

**Nuevos naturales:** materiales locales y sostenibles que fortalecen la conexión comunitaria.





Programas digitales:  
materiales mate y cueros  
regenerativos adaptados  
a la era digital.

# Textil:

## confort y equilibrio en el diseño

### **Naturaleza**

**nutritiva:** diseños  
biofílicos y textiles  
reciclados con  
texturas  
inspiradas en la  
naturaleza.

**Luz y sombra:** juegos  
de transparencias y  
degradados que  
interactúan con la  
iluminación.

## **Iluminación: individualidad y tecnología**

**Ilusiones ópticas:** efectos espejados y materiales transparentes que evocan un minimalismo futurista.

**Lujo discreto:** diseños sensoriales y sostenibles con un enfoque artesanal.

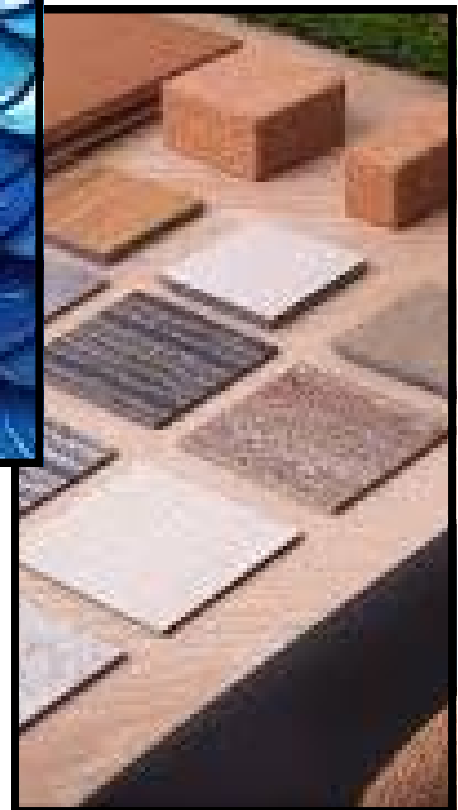
**Complejidades digitales:** uso de IA en productos perforados y cortados con láser.

## Materiales: innovación y sostenibilidad

**Complejidad digital:** texturas translúcidas y perforadas que combinan elementos tradicionales y digitales.

**Formas submarinas:** diseños inspirados en texturas oceánicas con efectos de cambio de color.

**Residuos naturales:** uso de biomateriales y residuos de la industria alimentaria para reducir el impacto ambiental.





## Papelería: personalización y nostalgia

**La flor retro:** diseños clásicos reinventados para añadir frescura y diversión.

**Pilas artísticas:** patrones geométricos con un enfoque libre y contemporáneo.

**La concha costera:** inspiración marina con ilustraciones en tonos suaves.







[ConStyling.com](https://ConStyling.com)

SALUD

BELLEZA

CLICK

ESTILO

ECO



# THEPUBLIC

Public reportajes

CONVIERTE  
TU MARCA EN  
NOTICIA

[HOLA@GRUPOTHEPUBLIC.COM](mailto:HOLA@GRUPOTHEPUBLIC.COM)







# Grupo editorial **THEPUBLIC**

