

THE PUBLIC

TENDÊNCIAS

Marketing digital e redes sociais até 2024

AMBIENTE

Captação de água, uma solução para a escassez de água

DIA DAS MULHERES

Eliminar a disparidade de gênero no local de trabalho

Marzo 2024

Edición 7




ENTREVISTA

JORGE
MENDEZ

VICE-PRESIDENTE CRIATIVO DA
GANEM MÉXICO

EDIÇÃO ANTERIOR



Entrevista com Lina Lopera, Country Manager da Tous México. E mais artigos. 

Diretor
Nayla Lopez

Editora
Stephanie Rodrigues

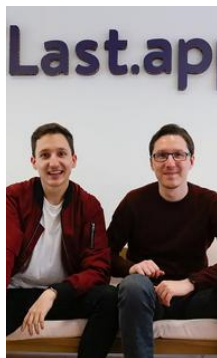
Redatores
Leonardo Rodríguez
Pilar Astupina
Esperanza Aguilera

Direção de arte
Andreia Garcia

Desenvolvimento e Tecnologia
Pierre Santos

ÍNDICE

NEGOCIOS PARA NEGOCIOS



- 6 SOFTWARE PARA RESTAURANTES PROMETE IMPULSIONAR VENDAS E ATENDIMENTO AO CLIENTE**
- A tecnologia permite automatizar tarefas, gerenciar pedidos e elevar a experiência do cliente.

CLUB DE EMPRESAS

- 10 AS CONQUISTAS EMPRESARIAIS NÃO PODEM MAIS SER A ÚNICA MEDIDA DO SUCESSO EMPRESARIAL**
- O bem-estar social e a sustentabilidade devem acompanhar o sucesso financeiro das empresas.



VIVIR TEC



- 14 BLOCKCHAIN: A NOVA GERAÇÃO DE SERVIÇOS DE ARMAZENAMENTO EM NUVEM**
- Além de enfrentar os desafios de segurança, a tecnologia blockchain oferece uma solução robusta e resiliente para armazenamento de dados.

NUCLEO RURAL



- 18 BASEADO EM PLANTAS: UM OLHAR SOBRE A AGRICULTURA BASEADA EM PLANTAS**
- A produção de alimentos à base de plantas pode ter menor impacto ambiental, destacando a sua importância na era da alimentação consciente.

ESPECIAIS

- 22 COLHEITA DE CHUVA: UMA SOLUÇÃO SUSTENTÁVEL PARA A SECA NO MÉXICO**
- Dada a falta de recursos e a má gestão da água, o compromisso coletivo torna-se crucial para combater a sua escassez.



ENTREVISTA EXCLUSIVA

- 28 JORGE MÉNDEZ: "A IA NÃO SUBSTITUI O TALENTO CRIATIVO"**
- IA aplicada à publicidade e à criatividade na perspectiva de um dos melhores valores da publicidade mexicana.



ÍNDICE

LOBEMARK



32 CHAVES PARA TER SUCESSO NO UNIVERSO DIGITAL DO MARKETING

O marketing digital está definindo o caminho do negócio. As tendências evoluem rapidamente e quem não aderir à onda ficará estagnado. Você está pronto para abraçar a mudança?

SEÑOR NOTICIA

36 JOHANNA REYES: "FORMAR LÍDERES FEMININAS EXIGE QUE AS MULHERES ACREDITEM EM SI MESMAS"

A participação ativa das mulheres surge como uma força transformadora essencial para promover a equidade e a inclusão no ambiente de trabalho.



PLANETA EN VERDE



44 O DESPERDÍCIO GLOBAL DE ALIMENTOS ULTRAPASSARIA 1 BILHÃO DE TONELADAS

A resolução deste problema requer ações conjuntas que promovam a consciência individual e iniciativas internacionais.

CONPODERES



48 BADA: UMA REVOLUÇÃO NO MERCADO DE ARTE

Esta feira de arte redefine a aquisição de obras, aproximando público e artistas de forma simples e direta, eliminando intermediários.



54 QUANDO ARTE E DIVERSÃO SE UNEM

Gerardo Pontiér quebra paradigmas da arte ao construir obras lúdicas com blocos de Lego.

CONSTYLING

59 CAMINHANDO EM DIREÇÃO A UM FUTURO SUSTENTÁVEL COM SAPATOS VEGANOS

A moda ética funde-se com o mundo do calçado, oferecendo uma alternativa consciente para quem procura aliar o estilo aos seus valores.



EDITORIAL



Na capa apresentamos Jorge Méndez, publicitário mexicano com mais de 300 prêmios em festivais criativos. Hoje, desde o seu cargo de co-presidente da agência Ganem México, ele nos faz um tour pelos eixos mais importantes da publicidade atual.

O marketing também é um setor que se adapta a novos paradigmas a cada ano e, por isso, junto com Roberto Rubio, sócio fundador e diretor de inovação e tecnologia da Inside, revisamos as principais tendências que darão o tom no campo digital durante 2024.

Em relação ao Dia Internacional da Mulher, do Chile, a Comunidade de Mulheres Empreendedoras fala-nos sobre a importância da participação ativa das mulheres, como força transformadora essencial para promover a equidade e a inclusão no ambiente de trabalho.

Esta data também nos convida a reconhecer a urgência de continuarmos a trabalhar juntos para eliminar a discriminação e garantir que todos os grupos sociais tenham a oportunidade de prosperar em qualquer área da vida.

Estefani R.
EDITORA

A close-up portrait of a woman with dark hair and bangs, wearing a brown beret with a ribbon and a brown coat with a fur collar. She is looking slightly to the side with a soft expression. The background is dark.

CAMPANHAS

INFLUENCIADORES

grupo**the**public.com

SOFTWARE PARA RESTAURANTES PROMETE IMPULSIONAR VENDAS E ATENDIMENTO AO CLIENTE

A tecnologia permite automatizar tarefas, gerenciar pedidos e elevar a experiência do cliente.

Escrito por: Estefani Rodriguez



Os restaurantes vivem uma transformação significativa devido à implementação

de programas tecnológicos que permitem a sua gestão integral; porque eles não apenas simplificam as operações diárias, mas também se tornaram ferramentas essenciais para o sucesso sustentável destes negócios.

Last.app, startup espanhola fundada em 2019, conseguiu posicionar-se como a empresa FoodTech líder nesta área, pois foi o primeiro software operacional concebido exclusivamente para a gestão de restaurantes.



“O futuro da indústria da restauração depende da integração perfeita de uma infinidade de ferramentas, cada uma precisamente ajustada para se adaptar às diferentes necessidades operacionais de cada estabelecimento. Na Last.app, queremos permitir que os restaurantes aproveitem todo o potencial da tecnologia”

Ivan Nikolic, CPTO e cofundador da Last.app.

De acordo com a sua experiência no mercado, estes programas têm capacidade para integrar diversas funções, como processamento de pedidos de entrega, gestão de reservas, loja online e comandantes; que analisaremos a seguir.

A gestão eficiente dos pedidos de entrega é crucial num mercado onde os consumidores buscam comodidade e rapidez. O software para restaurantes facilita a integração de plataformas de entrega, otimizando o fluxo de pedidos e reduzindo a possibilidade de erros. Isto, além de melhorar a experiência do cliente, também aumenta a eficiência operacional do restaurante.

O recurso de reserva online é outro recurso valioso que muitos restaurantes adotaram para otimizar sua capacidade e melhorar o planejamento. Os clientes podem facilmente fazer reservas através da plataforma, permitindo ao restaurante gerir melhor a afluência de consumidores e oferecer um serviço mais personalizado.

Da mesma forma, a presença online é hoje essencial, e as lojas online integradas numa plataforma de restauração permitem aos estabelecimentos expandir o seu alcance e aumentar as suas vendas. Oferecer a possibilidade de fazer pedidos on-line ou até mesmo comprar produtos relacionados a restaurantes adiciona uma camada extra de conveniência.

Finalmente, os comandantes digitais são uma ferramenta valiosa para melhorar a eficiência do serviço. Os servidores podem receber pedidos diretamente em dispositivos móveis, enviando as informações instantaneamente para a cozinha. Isso não apenas acelera o processo, mas também reduz a probabilidade de erros na comunicação do pedido.

É claro que a implementação de software abrangente para restaurantes é mais do que uma necessidade hoje. Está comprovado que melhora a eficiência operacional e eleva a experiência do cliente, oferecendo opções convenientes e personalizadas. Torna-se, portanto, um investimento estratégico que impulsiona o sucesso e a competitividade da moderna indústria gastronómica.

Recentemente, a Last.app fechou uma ronda de financiamento de 5 milhões de euros com o objetivo de impulsionar a sua expansão no continente europeu. **“Esta ronda de investimentos permite-nos continuar a nossa trajetória de crescimento, tornando-nos líderes em Espanha e iniciando a nossa expansão para o mercado europeu”**, afirma Eric Nikolic, CEO e cofundador da Last.app.



BENEFÍCIOS DE UM AMBIENTE DE TRABALHO POSITIVO

1 RELACIONAMENTOS POSITIVOS

Melhora a comunicação e o trabalho em equipe.

2 INICIATIVA E COMPROMISSO

Valorizar os funcionários aumenta sua dedicação.

3 MENOS ABSENTISMO

Um ambiente positivo reduz o estresse no trabalho.

4 RETENÇÃO DE TALENTOS

A apreciação incentiva a permanência na empresa.

5 MAIOR PRODUTIVIDADE

Um ambiente motivador impulsiona a eficiência.



Preparado por: Pilar Astupiña



AS CONQUISTAS EMPRESARIAIS NÃO PODEM MAIS SER A ÚNICA MEDIDA DO SUCESSO EMPRESARIAL

O bem-estar social e a sustentabilidade devem acompanhar o sucesso financeiro das empresas.

Escrito por: Esperanza Aguilera

H

oje, os desafios enfrentados por uma sociedade tão interligada e complexa não podem ser abordados apenas a partir da esfera pública.

A dinâmica social é influenciada por uma variedade de actores, onde a colaboração do sector privado é fundada como um pilar para construir um futuro sustentável e equitativo..

A participação ativa das empresas não é apenas uma escolha ética, mas também um ato estratégico que reconhece o poder

financeiro e a influência que este setor pode exercer.. As empresas, com recursos financeiros consideráveis, estão numa posição única para impulsionar mudanças significativas em áreas cruciais como a educação, o ambiente ou a segurança.

Além disso, as próprias empresas podem gerar lucros a longo prazo. Construir uma reputação positiva, fidelizar o consumidor e atrair talentos são apenas alguns dos benefícios que você pode colher ao se comprometer ativamente com o bem comum.



“Não podemos esperar que os governos sozinhos resolvam os nossos grandes desafios. A participação do sector privado, da sociedade civil organizada e da cooperação internacional é absolutamente necessária. “Cada setor com seus pontos fortes e conhecimentos tem um papel na resolução de conflitos e desafios.”



Flor Pinares, coordenadora de projetos da Konrad Adenauer Stiftung (KAS) no Peru.

Segundo dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), o peso que a colaboração público-privada representa no PIB em nações com economias sólidas é significativamente maior do que em países com desafios económicos. Por exemplo, os Países Baixos (21%) e a Finlândia (18%) apresentam números significativamente mais elevados do que a Grécia (11%) e a Turquia (11%), onde a colaboração é consideravelmente menor.

No entanto, estes tipos de alianças são frequentemente rodeados de desconfiança. A percepção de possíveis conflitos de interesses entre os dois setores que comprometem a imparcialidade na tomada de decisões, bem como a falta de transparência e a gestão inadequada limitam a promoção de iniciativas.

“Haverá sempre riscos relativamente à corrupção, é uma questão que afecta as nossas interações a todos os níveis, mas a transparência e a responsabilização são importantes para clarificar os objectivos. Além disso, é muito importante que ambos os setores consigam implementar boas estratégias para divulgar essas alianças”, afirma o coordenador.

No entanto, a verdadeira eficácia destas alianças é concretizada quando o sector privado se envolve proactivamente na identificação de problemas para além das doações, fornecendo soluções inovadoras e colaborando estreitamente com o sector público para alcançar um impacto significativo e duradouro na sociedade.

“Hoje em dia, o sucesso de uma empresa já não pode ser medido apenas pelas suas conquistas comerciais. É essencial reconhecer que o sucesso empresarial deve andar de mãos dadas com o bem-estar do seu ambiente, de governança, meio ambiente e responsabilidade social, para definir o sucesso de uma empresa tanto no nível financeiro quanto comunitário”, conclui Pinares.

Desafios das Parcerias Público-Privadas (PPP) na América Latina:

- Garantir que as PPP serão utilizadas exclusivamente para a realização de projetos socialmente justificados, evitando assim a geração de encargos orçamentais significativos no futuro.
- Garantir que os responsáveis pelas aplicações governamentais tenham uma preparação sólida.
- Promover a utilização de APPs como ferramentas de gestão de projetos a nível regional e local.
- Incentivar maior participação e competição nos processos licitatórios.
- Diversificar as fontes de financiamento dos projetos, abrindo-se a todas as fontes de recursos possíveis do mercado.
- Obter uma percepção positiva da sociedade em relação aos projetos de PPP através de uma comunicação eficaz.
- Implementar mecanismos ágeis com a participação de especialistas independentes para resolução de conflitos.
- Aumentar a transparência na divulgação de informações.

Fonte: Relatório Parceria Público-Privada na América Latina: Aprendendo com a experiência, Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF).



**TODOS PODEM
TRANSFORMAR SUA
IDEIA EM REALIDADE**

BLOCKCHAIN: A NOVA GERAÇÃO DE SERVIÇOS DE ARMAZENAMENTO EM NUVEM

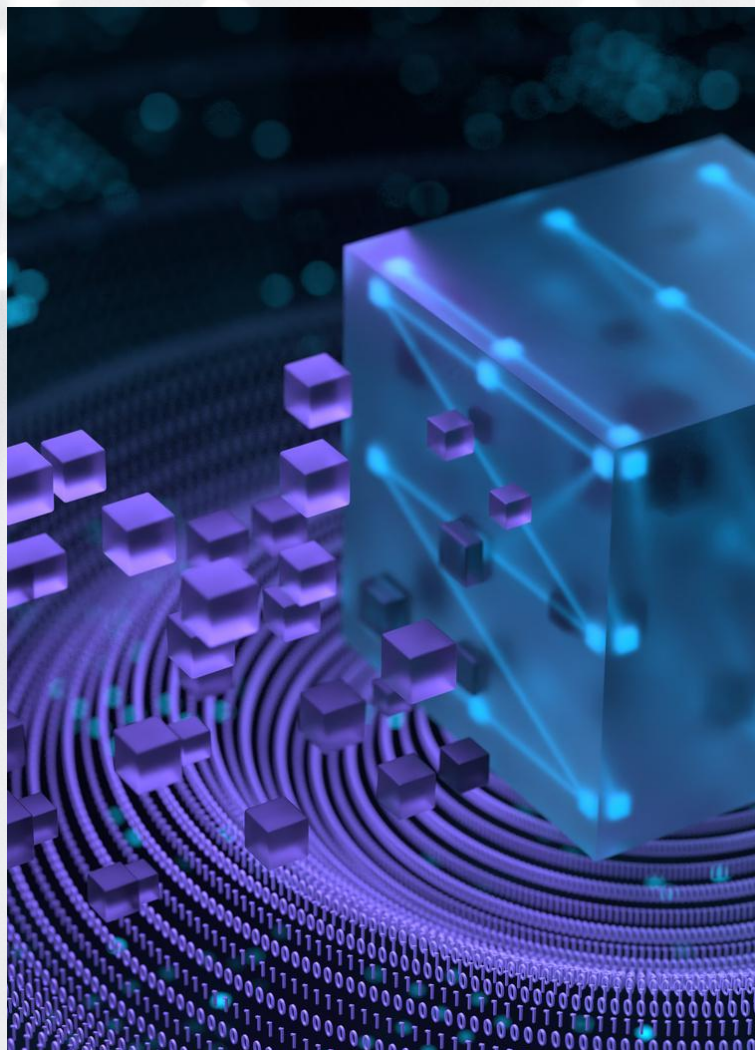
Além de enfrentar os desafios de segurança, a tecnologia blockchain oferece uma solução robusta e resiliente para armazenamento de dados.

A

tecnologia Blockchain emergiu como uma virada de jogo no espaço de armazenamento em nuvem.

Tradicionalmente, a confiança tem sido associada à segurança de servidores centralizados, mas com a chegada da blockchain, foi introduzida uma abordagem revolucionária através da descentralização e segurança da gestão de dados.

Com uma estrutura de blocos interconectados e criptografia avançada, esta tecnologia oferece segurança inquebrável. Além disso, a descentralização significa que os dados não são armazenados num único local, mas sim distribuídos pelos nós da rede, tornando extremamente difícil a manipulação ou o comprometimento da integridade da informação.



“Com a tecnologia blockchain, os dados ficam praticamente imunes a ataques centralizados e também garantem a privacidade por meio de criptografia de ponta a ponta. “Todos os dados armazenados na rede são criptografados e só podem ser acessados pelo proprietário, garantindo segurança superior.”

Álvaro Pintado Santaularia,
CEO da hello.app.



A plataforma hello.app surgiu justamente para suprir a necessidade de solucionar os problemas associados aos modelos tradicionais de armazenamento em nuvem, como centralização, vulnerabilidade a ataques e falta de controle dos usuários sobre seus dados.

“Nosso principal objetivo é democratizar o armazenamento de dados que não apenas devolva o controle das informações aos usuários, mas também os compense por contribuir com seu espaço de armazenamento não utilizado. Isto cria uma rede mais robusta e segura, incentivando a sua participação na nossa economia digital de uma forma acessível a todos”, afirma o CEO.

Entre outras soluções do mercado, esta plataforma apresenta características únicas, sendo o primeiro software de armazenamento Web3 descentralizado de código aberto e controlado pelo usuário do mundo. Os principais são:

- **Compensação em euros:** Ao contrário de outras plataformas que utilizam criptomoedas, a hello.app recompensa os usuários em euros, facilitando a participação mesmo para quem não está familiarizado com moedas digitais.
- **Descentralização:** Eliminam data centers centralizados, reduzindo pontos de falha e distribuindo dados com mais segurança e eficiência.
- **Privacidade Aprimorada:** Utilizam criptografia avançada para garantir que apenas os usuários possam acessar seus dados, sem possibilidade de acesso por terceiros.



Por outro lado, esta inovação também transforma a forma como colaboramos online, especialmente na esfera empresarial. **“hello.app facilita a colaboração entre empresas, permitindo a troca segura e eficiente de dados através de nossa plataforma. Com nossas funcionalidades, os trabalhadores podem compartilhar todas as informações que desejarem, sabendo que apenas usuários autorizados terão acesso”**, enfatiza.

Algoritmos avançados para otimizar a distribuição de dados, juntamente com a imutabilidade inerente da blockchain, promovem uma mudança para um paradigma mais democrático e equitativo no acesso e gestão da informação no ciberespaço. A revolução blockchain no armazenamento em nuvem está em andamento, abrindo as portas para um futuro digital mais transparente e seguro.

grupothepublic.com

THEPUBLIC



Publicitarios

COM +
IMPACTO.

+52 1 56 2774 1902

hola@**grupothe**public.com



BASEADO EM PLANTAS: UM OLHAR SOBRE A AGRICULTURA BASEADA EM PLANTAS

A produção de alimentos à base de plantas pode ter menor impacto ambiental, destacando a sua importância na era da alimentação consciente.

Escrito por: Estefani Rodriguez

A

necessidade de encontrar fontes alternativas de proteína que complementem as

existentes tornou-se um imperativo para as indústrias, dado o constante crescimento da população mundial.. Prevê-se que até 2050 serão necessárias 265 milhões de toneladas

proteínas adicionais, que devem ser destacadas pela sua sustentabilidade ambiental, como é o caso das plant based.

A nutrição humana, segundo a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), depende 80% das plantas, constituindo um pilar vital para a nossa nutrição e sustentabilidade.

Com o passar dos anos, a tendência para dietas baseadas em vegetais ganha impulso. De acordo com um estudo da empresa sueca Tetra Pak, 15% das gerações mais jovens adotaram uma dieta baseada em vegetais, enquanto 71% dos consumidores globais demonstram interesse em produtos à base de vegetais.

Entre as causas fundamentais desta inclinação, 48% referem-se à saúde, seguidos de 37% que apreciam as propriedades nutricionais. A preferência por ingredientes naturais e a redução do teor de açúcar também estão entre as motivações da seleção, com 35% e 25%, respectivamente.

Só na Colômbia, o estudo realizado pela consultoria Opinaia revela 93% dos consumidores interessados em produtos vegetais. Atualmente, o mercado colombiano já faz experiências com óleos vegetais, frutas, vegetais e outros produtos, apresentando uma oportunidade única.

Agricultura responsável

Apesar de algumas alterações nos hábitos de consumo, a indústria pecuária mantém-se como uma das maiores culpadas das alterações climáticas e da degradação ambiental, contribuindo para múltiplos problemas ambientais, desde a escassez de água doce à destruição de terras e à perda de habitat, promovendo a extinção de espécies.

Para combater esta ameaça, a adoção de uma dieta baseada em vegetais é



apresentado como uma das ações mais eficazes. Estudos, como o realizado pela Universidade de Michigan, indicam que opções como o hambúrguer vegano são mais ecológicas do que os de carne bovina.

Portanto, a produção de produtos vegetais implica, em termos gerais, um menor uso de terra e água em comparação com a pecuária. Da mesma forma, as práticas agrícolas sustentáveis, como as culturas alternadas e a agricultura biológica, têm o potencial de beneficiar a saúde do solo e promover a biodiversidade, ao mesmo tempo que geram alimentos nutritivos com uma menor pegada ambiental.

Culturas aquáticas

Segundo especialistas do centro tecnológico AINIA, novas fontes de biomassa estão a ser exploradas com o objetivo de obter e melhorar ingredientes proteicos sustentáveis. Estas fontes também devem ser ricas em outros compostos dietéticos valiosos, como ácidos graxos ômega-3, fibras, vitaminas e antioxidantes. Entre as opções consideradas estão micro e macroalgas, insetos e Proteína Unicelular (SCP).

No caso específico da lentilha-d'água, esta surge como uma nova fonte alimentar de interesse, destacando-se pela sua

composição nutricional. Destaca-se o seu notável teor de proteínas de alta qualidade (35 a 43% na matéria seca), bem como fibras (38-62%), amido (4-10%), gorduras (4-7%) e micronutrientes.

A dieta baseada em vegetais está marcando uma nova era na forma como as pessoas pensam sobre os alimentos e seus impactos. Com foco na saúde pessoal e na sustentabilidade ambiental, esta tendência promete transformar, nos próximos anos, a indústria alimentar e mudar a forma como nos relacionamos com a comida.

Novos produtos à base de plantas (Alimarket 2022):

- O crescimento sustentado de dois dígitos de alguns produtos, como as bebidas vegetais, será superior a 12%.
- Os iogurtes e sobremesas vegetais apresentarão uma evolução superior a 17%.
- As alternativas aos produtos cárneos crescerão a uma taxa de 19%, atingindo 29% na oferta composta principalmente por réplicas de carne.





NucleoRural.com

O lugar do
agronegócio

COLHEITA DE CHUVA: UMA SOLUÇÃO SUSTENTÁVEL PARA A SECA NO MÉXICO

Dada a falta de recursos e a má gestão da água, o compromisso coletivo torna-se crucial para combater a sua escassez.

Escrito por: Leonardo Rodríguez





N

as últimas semanas, tanto o Estado do México como a Cidade do México estão passando por uma

grave escassez de água devido à falta de chuva e má gestão. Segundo o Diário Oficial do Distrito Federal, isso atinge mais de 284 bairros que compõem a cidade.

Segundo a Comissão Nacional de Águas (CONAGUA), o Sistema Cutzamala, essencial para fornecer água à Cidade do México e sua Área Metropolitana,

enfrenta uma crise aguda ao operar abaixo de 40% da sua capacidade de armazenamento. Este problema decorre de secas prolongadas e da exploração dos recursos hídricos, representando uma ameaça significativa ao abastecimento de água e colocando em risco as necessidades de milhões de habitantes.

Em resposta à crise, o governo da capital iniciou projectos para reabilitar infra-estruturas hidráulicas e introduziu medidas como a distribuição de lotes. Apesar destes esforços, o Sistema de Água da Cidade do México (Sacmex) prevê que, até 2030, apenas 8% da capital manterá um abastecimento adequado de água potável, pelo que não se observa nenhuma melhoria óbvia no problema.

Neste contexto, uma abordagem inovadora começou a ganhar terreno: a recolha de água. Esta estratégia procura utilizar os recursos hídricos de forma eficiente, oferecendo uma solução sustentável e eficaz que, através de um impacto cumulativo, nos permite enfrentar os desafios atuais.

Captação de água da chuva

A captação de água envolve diversas técnicas, sendo a captação de água da chuva uma das mais notáveis. Segundo Enrique Lomnitz, Diretor Geral da associação Isla Urbana, a implementação de sistemas de captação de águas pluviais nos telhados das casas pode beneficiar imediatamente os bairros que enfrentam a crise hídrica.

Lomnitz explica que esses sistemas são compostos por módulos interligados para garantir um abastecimento eficiente e sustentável. A captação da chuva é feita através de calhas nos telhados, seguida do transporte da água através de tubulações. A água passa então por um primeiro sistema de separação de água para purificação e, por fim, é armazenada em um tanque para distribuição ao domicílio.

Segundo o relatório Estudo de alternativas para o uso sustentável das águas pluviais, elaborado pelo engenheiro Luis Herrera, a vantagem desses sistemas de coleta é que exigem pouca manutenção para funcionar com eficiência. Isto resume-se à limpeza regular de telhados e calhas, garantindo a hermeticidade dos contentores e realizando a desinfecção anual do primeiro sistema de separação de águas.



Benefícios da colheita de chuva

Segundo o relatório Coleta de chuva: uma estratégia para alcançar uma cidade sustentável e competitiva de Yliana Mérida, a coleta de chuva é uma estratégia que oferece múltiplos benefícios. É importante ressaltar que ajuda a prevenir inundações, reduzindo o fluxo de água no sistema de drenagem. Contribui ainda para a redução das emissões de gases com efeito de estufa, ao exigir menos energia para bombear e transportar água potável.

Esta abordagem também aborda a sustentabilidade do abastecimento de água, reduzindo a dependência da rede pública e reduzindo a sobreexploração do aquífero, o que é fundamental para responder à crescente procura urbana de água potável. Além disso, ao fornecer um

fonte alternativa de água, a captação de chuva melhora significativamente a qualidade de vida das comunidades, garantindo um abastecimento constante e sustentável de água.

Da mesma forma, o manual *Colha a Chuva* elaborado pela Sedema, afirma que sistemas de captação de águas pluviais com projeto adequado e manutenção adequada podem fornecer água de qualidade superior à rede pública. Isto é válido desde que seja realizada a operação e manutenção adequadas do sistema e das superfícies coletoras dos tetos.

Da mesma forma, o engenheiro Pino Escamilla, em seu relatório *Captação de água da chuva*, uma alternativa sustentável, destaca que



a aplicação desses sistemas oferece benefícios econômicos ao aproveitar um recurso gratuito e de fácil manutenção. Ao reduzir o consumo de água potável, consegue-se uma redução dos custos do serviço de aqueduto, além de contribuir para a poupança nas despesas associadas à energia na purificação.

Superando desafios

Embora os sistemas de recolha de águas pluviais no México ofereçam um grande potencial para resolver a escassez de água, enfrentam um grande obstáculo: os custos iniciais de implementação e a disponibilidade limitada de recursos financeiros em comunidades economicamente marginalizadas. Este desafio económico levanta questões sobre a viabilidade e equidade na adoção destas tecnologias sustentáveis.



Em resposta a este desafio, surgiram programas destinados a apoiar e beneficiar principalmente as populações com os mais elevados níveis de marginalização económica. Um exemplo desses programas é Isla Urbana, que desde 2009 vem instalando sistemas de coleta em diversos ambientes. Segundo informações disponibilizadas em seu site oficial, este projeto conseguiu instalar 33.904 sistemas, beneficiando um total de 645.871 pessoas.

Do ponto de vista prático, Lomnitz enfatiza que um tanque cheio pode fornecer água às residências durante duas semanas, e aquelas com

Os sistemas de captação de chuva alcançam autonomia total durante cerca de seis meses por ano.

A escassez de água representa uma realidade premente que requer uma resposta imediata. Através de uma abordagem abrangente que aborda tudo, desde a gestão sustentável até à sensibilização pública, o México tem a oportunidade de superar este desafio e garantir um futuro mais seguro e equitativo para os seus cidadãos. A colaboração eficaz entre o governo e a sociedade civil surge como uma componente fundamental para alcançar mudanças significativas na luta contra a escassez deste recurso vital.

Números no México:

- Quase 21 milhões de mexicanos não têm água potável diariamente (Inegi).
- A precipitação média anual no México é de 771 mm, o que equivale a um volume de 1.511 km³ de água (Semarnat).
- Na Cidade do México, 57% do abastecimento de água provém de nascentes, aquíferos e poços, enquanto os restantes 43% são fornecidos através do Sistema Lerma-Cutzamala (Sistema de Água Mexicano).

ESTRATÉGIAS EFICAZES
E INOVADORAS

PARA ECONOMIZAR ÁGUA

💧 IMPLEMENTAR REDUTORES DE FLUXO

Através destes dispositivos a vazão pode ser reduzida sem comprometer a pressão. Alguns misturam água com ar para aumentar a velocidade de circulação e reduzir o consumo.

💧 INSTALE AREJADORES EM TORNEIRAS E CHUVEIROS

Esses dispositivos reduzem a vazão ao misturar água com ar e são colocados na boca das torneiras para evitar o desperdício de água.

💧 OPTE POR TOQUES CRONOMETRADOS

Permite o fluxo de água por tempo limitado ao apertar um botão, promovendo economia em locais de alto tráfego, como piscinas e academias.

💧 ESCOLHA TORNEIRAS ELETRÔNICAS PARA NEGÓCIOS

É acionado por sensores ao detectar a presença de mãos ou corpo, interrompendo automaticamente o fluxo para economizar água.

JORGE MÉNDEZ:

“A IA NÃO SUBSTITUI O TALENTO CRIATIVO”

Escrito por: Estefani Rodriguez

Para Jorge Méndez, mais conhecido como Cometa, as mudanças sempre fizeram parte de sua vida, mas seu talento e perseverança demonstraram

que ele sempre sabe se adaptar com boas ideias trabalho e sua grande paixão: a criatividade.

Designer gráfico de profissão, o desenho aprimorou sua mente criativa, o que o levou a se tornar publicitário e a ganhar mais de 300 prêmios em festivais, como Cannes Lions, One Show, El Ojo de Iberoamérica, entre outros.





IA aplicada à
publicidade e à
criatividade na
perspectiva de um
dos melhores
valores da
publicidade
mexicana.

Durante 15 anos foi sócio e vice-presidente de criação da agência (anônimo), ciclo que se encerrou recentemente para experimentar novas experiências em uma das agências mais reconhecidas do país e com mais de meio século de mercado: Ganem México. Agora, a partir da sua posição como co-vice-presidente criativo, ele dá-nos uma visão atual da inteligência artificial aplicada à publicidade, tecnologia e recursos humanos criativos.

Para o publicitário, a inteligência artificial (IA), hoje, tornou-se o cerne de muitos debates, já que se pensa que substituirá o trabalho humano.

“Não é uma ferramenta que substitui o talento criativo, mas sim uma ferramenta que agrega ao desenvolvimento e otimiza o tempo. Usamos muito para visualizar ideias, storyboards, grids temáticos ou conteúdos digitais, que são tarefas muito imediatas.”

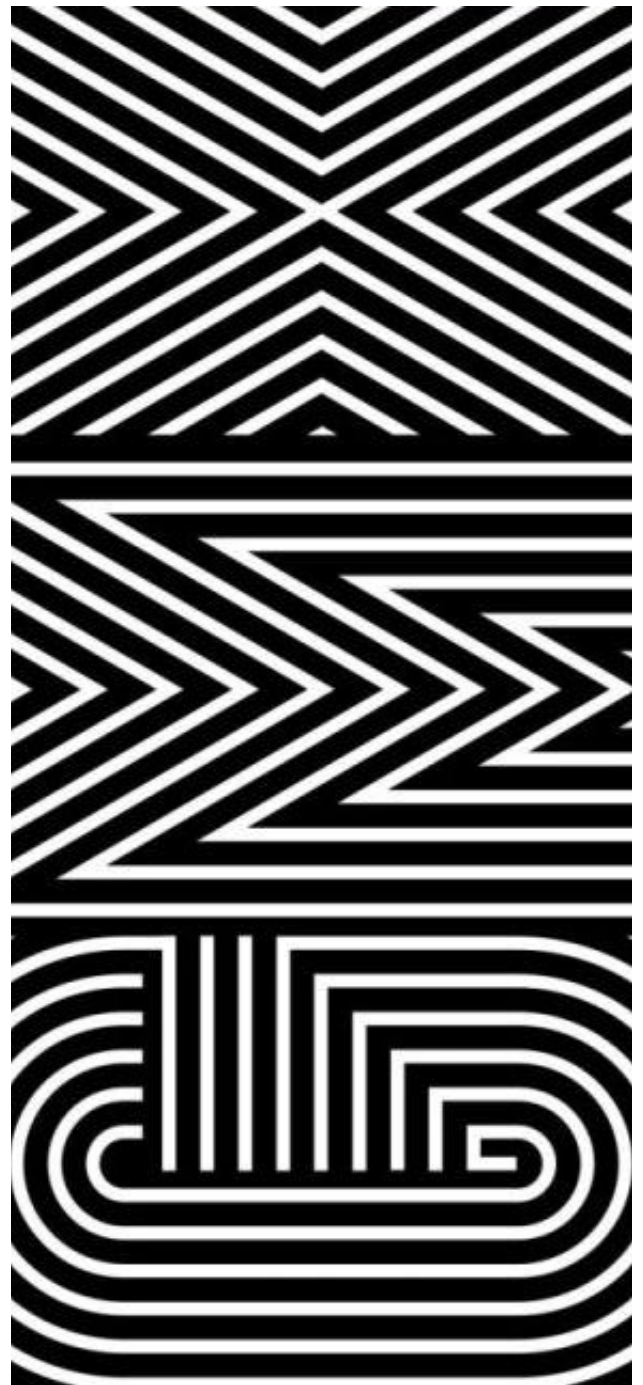
Da mesma forma, destaca o omnicanal como estratégia central da publicidade atual. **“Isso ajuda tudo a funcionar de forma muito integrada, pois todos abordam o projeto no mesmo canal, na mesma linha. Quando existem silos diferentes, há pontos que se desconectam.**

Por exemplo, na Ganem México, todo mundo que assiste à parte de TV ou mídia é o mesmo que faz a parte digital.”



Para garantir o sucesso de qualquer agência, Cometa refere que é importante que a equipa esteja a par do que se passa na indústria a nível mundial, para perceber de perto as tendências.

“É importante ver trabalhos que os inspirem e façam uma curadoria de acordo com as categorias que já traçamos para os workshops. Dessa forma, a equipe criativa entende para onde direcionar a ideia e definir o rumo da agulha do cliente. Definitivamente, você sempre tem que buscar um ponto de vista diferente.”



Comparado com alguns pares latino-americanos, como Brasil, Argentina, Colômbia e até mesmo Peru, o México ainda está adormecido. “Na verdade há campanhas que ganham grandes prêmios, mas não é uma constante. E isso é frustrante ser um país que tem uma cultura bastante rica e indústrias criativas onde há grandes talentos”, conclui.

CHAVES PARA TER SUCESSO NO UNIVERSO DIGITAL DO MARKETING

O marketing digital está definindo o caminho do negócio. As tendências evoluem rapidamente e quem não aderir à onda ficará estagnado. Você está pronto para abraçar a mudança?

Escrito por: Estefani Rodriguez

À

medida que mergulhamos no ano de 2024, o cenário do marketing digital continua a sua rápida evolução,

impulsionado pelos avanços tecnológicos, mudanças no comportamento do consumidor e adaptações a um ambiente digital em constante transformação..

Roberto Rubio, sócio fundador e diretor de inovação e tecnologia da Inside, uma das agências pioneiras de marketing digital no Peru com vasta experiência em redes sociais, compartilha conosco as principais tendências que deverão definir o padrão no campo do marketing digital em este 2024.



Como ponto de partida, haverá uma forte consolidação da plataforma TikTok. Segundo Roberto, estimava-se que no início do ano passado havia 17 milhões de peruanos utilizando esta rede social e, em todo o mundo, são projetados mais de 1.327 milhões de usuários para o próximo ano.

“O TikTok muda o conceito de rede social. Se lembrarmos, dizia-se que o Facebook iria ajudar a conectar pessoas com pessoas, porque o TikTok muda toda essa filosofia, pois conecta pessoas com conteúdo. E não são os típicos anúncios televisivos bem feitos e perfeitamente técnicos, mas sim conteúdos autênticos e reais.”

A segunda tendência tem a ver com o comércio social. Esta abordagem inovadora aproveita o poder das plataformas sociais para conectar diretamente os consumidores com produtos e serviços, transformando a experiência de compra numa atividade social e partilhada.

“As redes, vendo que já têm gente, agora querem oferecer plataformas próprias para fazer pontos de compra e venda. Hoje, por exemplo, temos a Meta shop, a TikTok shop e o Youtube shopping. Este ano eles não vão se consolidar, mas vão entrar com força.”

A inteligência artificial (IA) continua a transformar e otimizar as formas de trabalhar. Como terceiro ponto, destaca-se a incorporação desta tecnologia em diversas ferramentas, como o Photoshop. “Este ano, agências e



e usuários poderão usar diversas ferramentas com IA, sem precisar de conhecimento técnico para criar seu próprio conteúdo. Isso permitirá criações com eficiência e velocidade sem precedentes.”

Em quarto lugar, o desaparecimento dos cookies que acompanham os profissionais de marketing há décadas é um aspecto importante a considerar. Segundo o Google, foi anunciado que eles serão eliminados no segundo semestre deste ano.



“Os cookies permitiram que os profissionais de marketing e anunciantes segmentassem melhor seus anúncios, mas para os usuários isso levantou algumas preocupações com a privacidade. Definitivamente, sua eliminação será um grande desafio para todos nós, no qual teremos que trabalhar.”

O último aspecto a considerar é a adaptação massiva das plataformas de vídeo ao formato vertical. Como se sabe, o YouTube começou como uma plataforma de formato horizontal como o Facebook, e depois o Instagram entrou com o formato quadrado. Porém, o TikTok teve maior sucesso com a vertical e agora outras plataformas estão se adaptando a esta apresentação.

“É um formato mais espontâneo, já que 94% das vezes os usuários utilizam o smartphone na vertical,

então por que fazê-los girar o telefone se já o estão utilizando de determinada forma. Os profissionais de marketing sempre precisam se adaptar ao que as pessoas fazem. Neste 2024 haverá muito mais ferramentas e mais ênfase na criação de vídeos em 9:16”.

A Inside, agora também presente no Chile e na Colômbia, garante que as redes sociais são as ferramentas essenciais para posicionar melhor as marcas e conectar-se com os seus clientes de forma significativa. A ordem de popularidade será: TikTok, Facebook, Instagram e YouTube.

Neste cenário dinâmico, as marcas de sucesso serão aquelas que não só abraçam estas tendências, mas também se adaptam rapidamente, criando experiências memoráveis e autênticas que repercutem nos seus públicos a um nível mais profundo.

MARKETING E PUBLICIDADE

BLOG

Lobe Mark



**CRIATIVIDADE
E IDEIAS**

lobemark.com



JOHANNA REYES: “FORMAR LÍDERES FEMININAS EXIGE QUE AS MULHERES ACREDITEM EM SI MESMAS”

A participação ativa das mulheres surge como uma força transformadora essencial para promover a equidade e a inclusão no ambiente de trabalho.

Escrito por: Esperanza Aguilera





E

mbora a América Latina seja conhecida pela sua mobilidade empresarial e tenhamos testemunhado uma notável incursão de mulheres em cargos de

liderança, a região enfrenta desafios significativos. Os progressos, embora encorajadores, não foram capazes de colmatar eficazmente a disparidade de género.

Vários estudos demonstraram que a liderança feminina traz uma diversidade de competências e abordagens fundamentais

para o mundo dos negócios. Estas mulheres líderes promovem a colaboração, a empatia e a resiliência, criando ambientes de trabalho mais saudáveis e produtivos.

Contudo, a realidade das lideranças femininas na região não é homogênea. Embora a América Latina tenha feito grandes progressos em direcção à paridade de género no mundo empresarial, os progressos têm sido insuficientes, especialmente no sector privado.

Na região, as mulheres ocupam apenas 15% dos cargos de gestão e são proprietárias de apenas 14% das empresas, segundo um relatório do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Para Johanna Reyes, diretora executiva da Comunidade de Mulheres Empreendedoras do Chile, **“as mulheres ainda enfrentam muitos obstáculos no local de trabalho. O que custa algo ao homem custa três ou quatro vezes mais às mulheres porque, embora não seja visível, encontramos o que chamam de ‘teto de vidro’”**.



Este termo refere-se a barreiras invisíveis que impedem a ascensão das mulheres a papéis de liderança nas organizações, especialmente nos mais altos níveis de responsabilidade. Estas barreiras podem ser derivadas de uma cultura organizacional estereotipada ou relacionadas com a falta de políticas de trabalho que facilitem o equilíbrio entre a vida pessoal, familiar e profissional.

No entanto, Reyes destaca que, apesar dos desafios que existem no ambiente de trabalho, as mulheres têm o poder de participar ativamente na superação das desigualdades de género.

“É um desafio quebrar preconceitos, mas para mudar isso é preciso treinar, estudar e trabalhar as competências. A formação de líderes femininas exige que as mulheres acreditem em si mesmas, na sua capacidade e autonomia económica.”

Johanna Reyes, diretora executiva da Comunidade de Mulheres Empreendedoras do Chile.

Ao capacitar-se e defender-se, as mulheres contribuem não só para o seu próprio avanço profissional, mas também para a transformação gradual das estruturas organizacionais e culturais que perpetuam as desigualdades. A participação activa e consciente das mulheres torna-se assim um factor-chave para impulsionar a mudança no sentido de ambientes de trabalho mais justos.

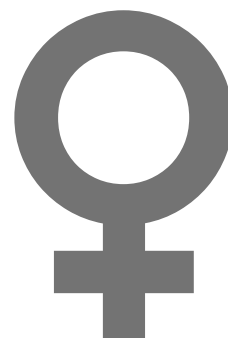
Na Comunidade de Mulheres Empreendedoras, as mulheres apoiam o desenvolvimento, o empreendedorismo e o empoderamento de outras mulheres no Chile. **“Somos um viveiro de empreendedores; Oferecemos uma rede de suporte, colaboração, acesso à informação e treinamento, tudo a um**

custo acessível. Na comunidade eles encontram referências, recebem ajuda em seus negócios e trabalham juntos para se capacitarem”, explica o diretor.

A criação de ambientes de aprendizagem inclusivos e acessíveis, juntamente com a promoção da autoconfiança e da autonomia, são elementos cruciais no desenvolvimento de líderes femininas. A participação activa das mulheres impulsiona o seu próprio progresso profissional e torna-se também um catalisador essencial para a transformação das estruturas culturais e organizacionais, abrindo caminho para uma maior equidade e inclusão.

EM QUAIS PAÍSES AS MULHERES ESTÃO NO COMANDO?

Percentagem de mulheres em cargos de gestão em países selecionados em 2020*



*Dados de 2021 para os Estados Unidos, México e Chile.

Fonte: Organização Internacional do Trabalho

Fonte: Statista

SeñorNoticia

AS NOTÍCIAS MAIS RELEVANTES



SeñorNoticia.com

DICAS PARA SER UMA MULHER

ACREDITE EM SI MESMO E SEJA RESILIENTE

Confie na sua força interior para superar desafios e alcançar seus objetivos, sem desistir diante das dificuldades.

CAPACITE-SE ATRAVÉS DO CONHECIMENTO

Passe algum tempo aprendendo e desenvolvendo o pensamento crítico, aumentando sua confiança e desafiando os estereótipos de gênero.

SAL DE TU ZONA DE CONFORTO

Aceite a mudança e assuma riscos calculados, mantendo seus objetivos claros enquanto explora novas oportunidades de crescimento.





BEM-SUCEDIDO

CULTIVE A AUTOMOTIVAÇÃO

Concentre sua energia em seus objetivos profissionais de curto e longo prazo, mantendo sempre a determinação e a persistência.

PRATIQUE A LIDERANÇA TRANSFORMACIONAL

Destaque-se como um líder inspirador, conquistando a confiança dos colegas e abrindo novas oportunidades de crescimento profissional.

INSPIRE-SE COM HISTÓRIAS DE OUTRAS MULHERES

Aprenda com modelos e use suas experiências como fonte de inspiração para seu desenvolvimento pessoal e profissional.

O DESPERDÍCIO GLOBAL DE ALIMENTOS ULTRAPASSARIA 1 BILHÃO DE TONELADAS

A resolução deste problema requer ações conjuntas que promovam a consciência individual e iniciativas internacionais.

Escrito por: Esperanza Aguilera

Hoje, o desperdício de alimentos é um problema global. Anualmente, de acordo com a

Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), estima-se que 1.3 mil milhões de toneladas de alimentos sejam desperdiçados, afetando as economias, o ambiente e a segurança alimentar.

Desde a colheita até ao consumidor final, os alimentos são muitas vezes perdidos devido a más práticas logísticas, padrões estéticos excessivamente rigorosos e prazos de validade arbitrários.

Além disso, os supermercados, sendo o ponto de ligação entre produtores e consumidores, enfrentam desafios significativos na gestão eficiente dos seus inventários. A superprodução muitas vezes leva ao descarte de produtos que ainda são perfeitamente comestíveis.



Este fenômeno levanta questões sobre a sustentabilidade das nossas práticas e as suas consequências a longo prazo. O custo total da perda e desperdício de alimentos ascende a mil milhões de dólares anualmente, segundo a FAO. Além de ser a causa de 8% da produção de emissões globais de gases de efeito estufa.

“Estima-se que 17% do desperdício de alimentos é gerado nos supermercados, onde 70% dos produtos que são descartados são por conta do prazo de validade, pois não foram vendidos no prazo”

Mauricio Kremer, cofundador e CEO da Kigüi.



Nesse contexto, a Kigüi busca abordar o problema de forma inovadora, oferecendo aos usuários cashback, ou seja, compensação monetária pela compra de produtos próximos do prazo de validade.

Esta abordagem, focada na poupança econômica do consumidor, incentiva a compra de alimentos que estão prestes a expirar e contribui significativamente para a redução do desperdício nos estabelecimentos comerciais.

Porém, Kremer destaca a importância de o consumidor adotar práticas conscientes, bem como a necessidade de iniciativas em nível internacional: **“Oferecemos uma ferramenta onde o consumidor tem o poder em suas mãos, mas mudar as práticas das empresas é fundamental para impactar positivamente no desperdício de alimentos.”**

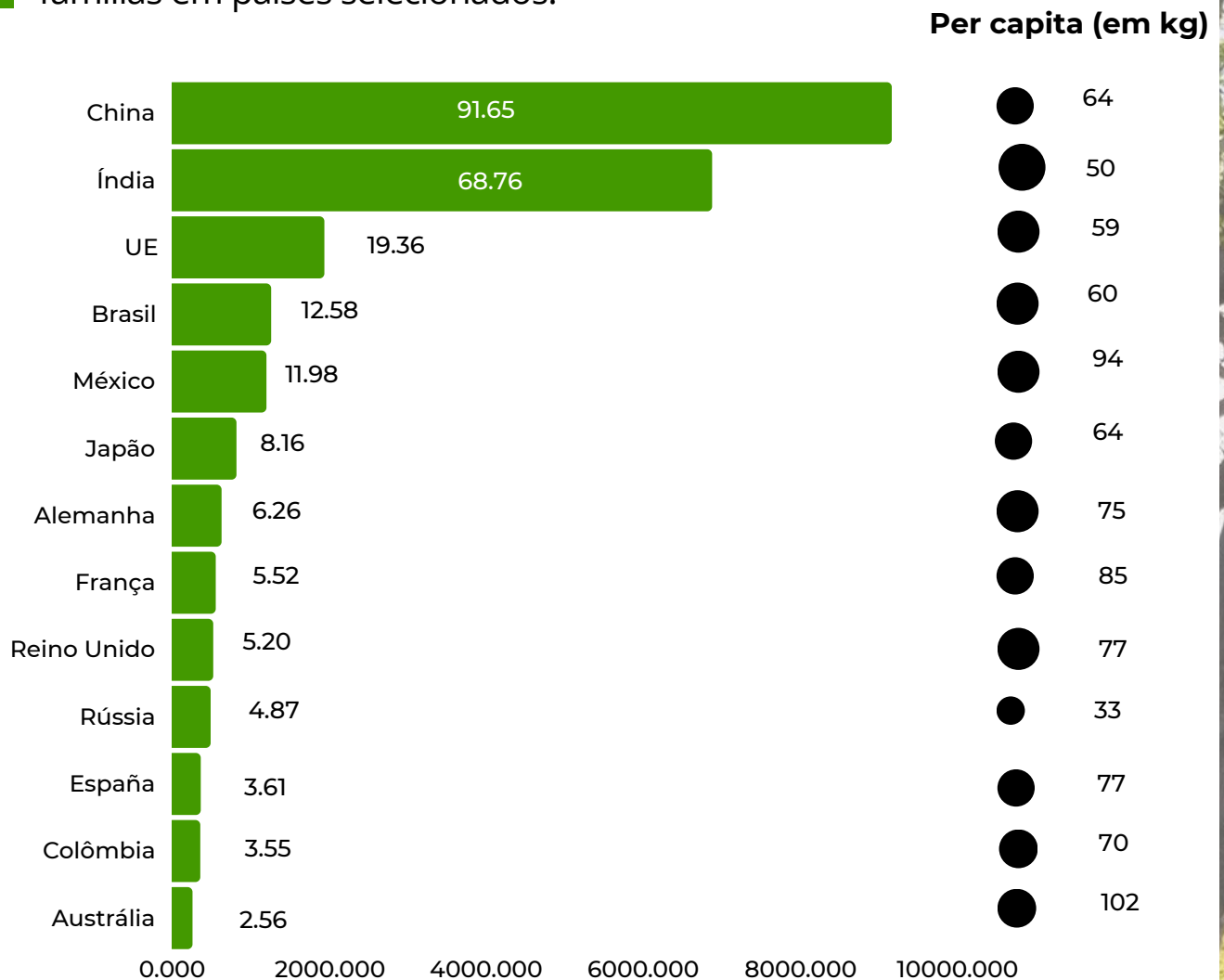


O desperdício alimentar não é apenas um problema ético, mas também uma questão urgente que requer soluções concretas. A implementação de políticas eficientes, a promoção de práticas sustentáveis e a consciência individual são fundamentais para inverter esta tendência e construir um sistema mais equitativo e sustentável a nível global.



A MAGNITUDE DO DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS

Estimativa do volume anual de alimentos desperdiçados nas famílias em países selecionados.



Fonte: Índice de Desperdício Alimentar 2021 - PNUMA

Fonte: Statista



BADA: UMA REVOLUÇÃO NO MERCADO DE ARTE

Escrito por: Esperanza Aguilera

Esta feira de arte redefine a aquisição de obras, aproximando público e artistas de forma simples e direta, eliminando intermediários.

Hoje, a dificuldade de estudar arte é acentuada pela percepção de que o mundo da arte raramente

é lucrativo para os criadores. Mas apesar desta realidade, a arte contemporânea não só persiste, mas também desafia noções pré-concebidas com iniciativas como a BADA (Artist Direct Art Fair).

A proposta da BADA reafirma a noção de que a arte é uma experiência partilhada, onde o público se conecta de forma única e pessoal com o artista e a obra, quebrando as barreiras tradicionais de venda. Neste espaço, comprar arte torna-se uma experiência além do transacional, convidando todos a mergulhar no mundo criativo de forma simples e direta.

“A BADA surgiu há 13 anos em Buenos Aires, Argentina, atendendo à necessidade de um mercado direto de arte, sem intermediários. Os artistas precisam de um espaço onde os preços sejam mais justos e possam se relacionar diretamente com seu consumidor final”, destaca Daphne Ibargüengoytia,. diretor executivo da BADA.

Daphne Ibargüengoytia, diretora executiva da BADA.





A necessidade de revitalizar o mercado de arte levou Ana Spinetto, sua fundadora, a organizar esta feira internacionalmente, chegando pela primeira vez ao México em 2019 e à Espanha em 2022. Nesta, a sua segunda edição no México, foram apresentados mais de 150 artistas. . de diversas disciplinas e de países como Argentina, Chile, Colômbia, Espanha, Estados Unidos, França e México.

“Procuramos garantir que os artistas possam viver da arte”, sublinha Leni Ibargüengoytia, diretora artística da BADA, sublinhando o compromisso da feira com a sustentabilidade do artista na esfera económica.



O evento não se limita apenas à exposição de obras, mas também oferece às crianças a oportunidade de se expressarem artisticamente utilizando materiais reciclados através de oficinas. Além disso, a colaboração com grafiteiros do estado de Morelos e 360 Spray Paint gerou murais únicos e vibrantes intervindos ao vivo.

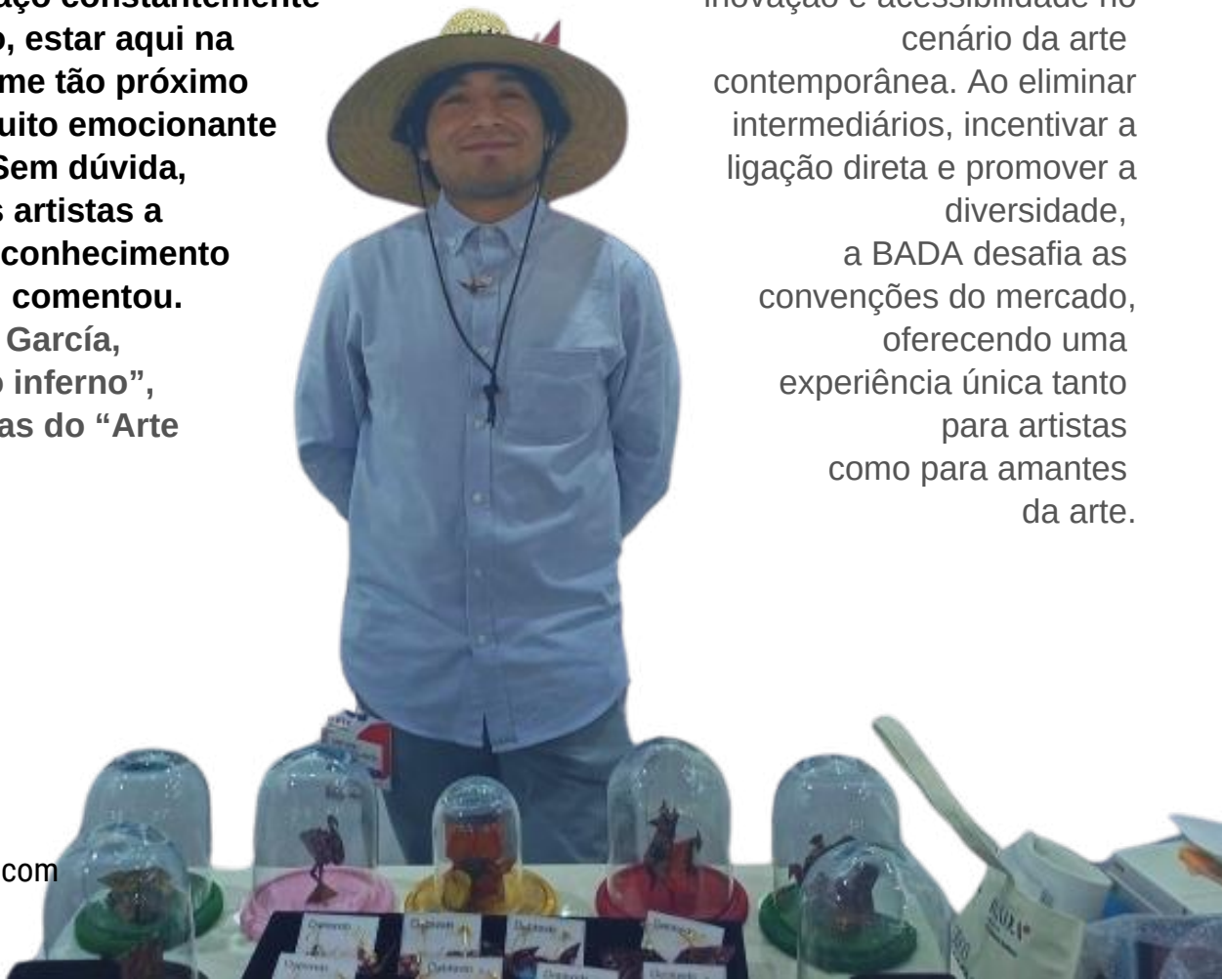
No caminho da democratização da arte, o Banco Azteca associou-se ao BADA com a convocatória **“Arte para Todos”** durante três anos, promovendo jovens artistas entre os 18 e os 35 anos. Este ano, receberam mais de 180 candidaturas, das quais apenas cinco foram selecionadas. Os finalistas ganharam a oportunidade de estar nesta feira gratuitamente, contribuindo assim para o reconhecimento e divulgação da sua arte.





“Embora chegar perto das pessoas seja algo que faço constantemente como fotógrafo, estar aqui na BADA e sentir-me tão próximo do público é muito emocionante e gratificante. Sem dúvida, a feira ajuda os artistas a receberem o reconhecimento que merecem”, comentou. Antonio Flores García, “o fotógrafo do inferno”, um dos finalistas do “Arte para todos”.

A feira surge como um farol de inovação e acessibilidade no cenário da arte contemporânea. Ao eliminar intermediários, incentivar a ligação direta e promover a diversidade, a BADA desafia as convenções do mercado, oferecendo uma experiência única tanto para artistas como para amantes da arte.





ConStyling.com

Moda | Beleza | Estilo

QUANDO ARTE E DIVERSÃO SE UNEM



Gerardo Pontierr quebra paradigmas da arte ao construir obras lúdicas com blocos de Lego.

G

erardo Pontiér é um artista multifacetado que conseguiu levar a arte além do convencional. Embora a música seja uma de suas

principais interesses, Pontiér cultivou hobbies que lhe permitiram criar peças artísticas que mostram que a criatividade não tem limites.

Desde muito jovem se interessou pelos blocos de Lego, e o que começou como uma brincadeira o levou a se tornar campeão mundial na construção de Lego aos 10 anos, segundo o artista. Hoje ele usa esses blocos de plástico para criar arte.

“Minhas obras, mais do que pinturas, são esculturas em formato de pintura. Eu os chamo de 'mosaicos tridimensionais' e são feitos inteiramente com peças de Lego.”

Seu trabalho evoluiu a partir da linha de produtos “Lego Art”, conjuntos criativos lançados no mercado em 2020, que se oferecem para recriar personagens históricos e obras a partir de pequenas peças.



Porém, o artista foi além com a imaginação, utilizando os blocos para fazer suas próprias obras brincando com luzes, sombras e perspectivas recriadas a partir da montagem de Legos, sem nunca perder a essência lúdica de cada apresentação.

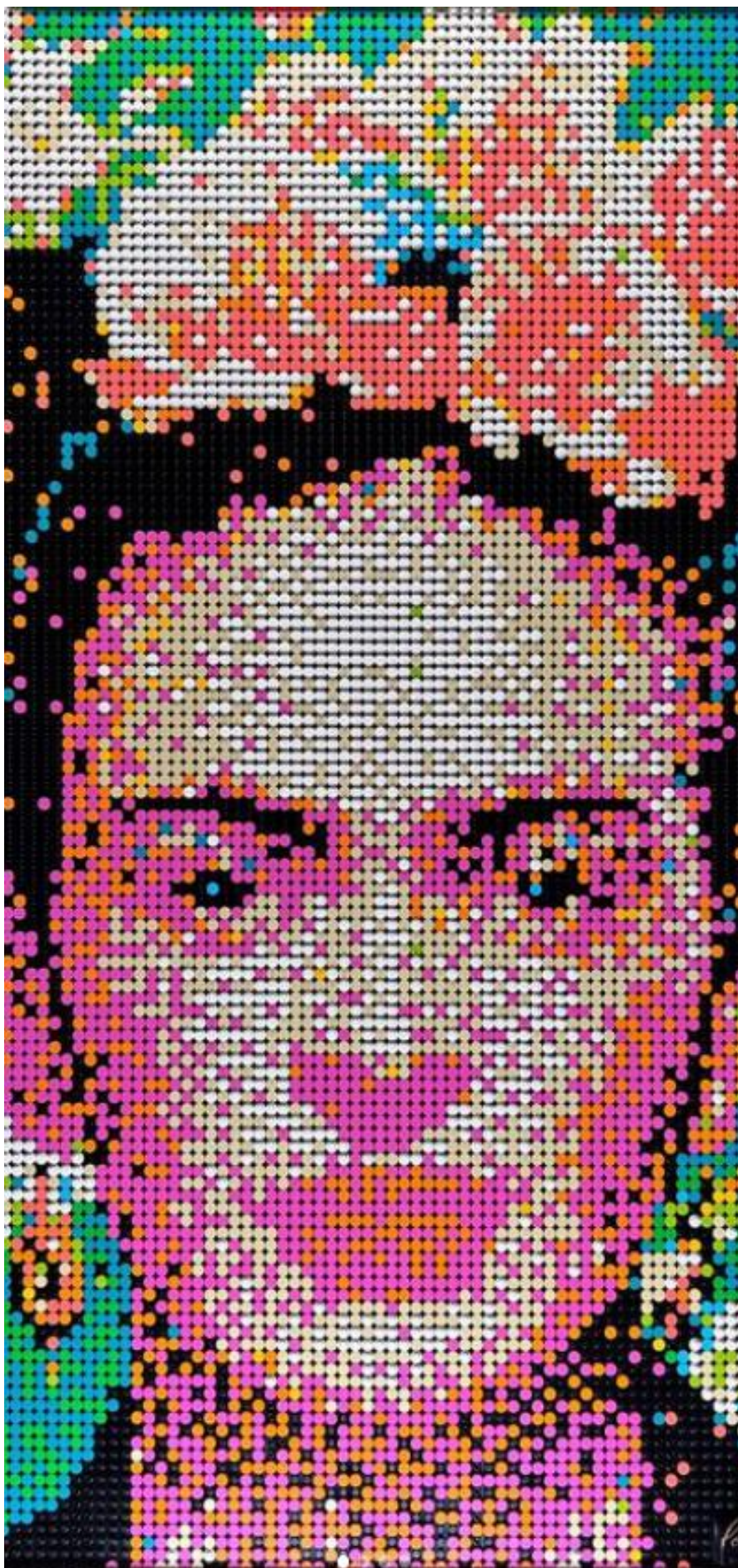
“A ideia de cada obra é relembrar o seu carácter lúdico, já que são feitos de Legos. Por isso gosto de acrescentar alguns detalhes, por exemplo, numa criação de Leonardo Da Vinci integrei um mecanismo interactivo que roda, realçando a sua faceta de arquiteto e engenheiro, e convidando as pessoas para brincarem com esse papel”, explica.

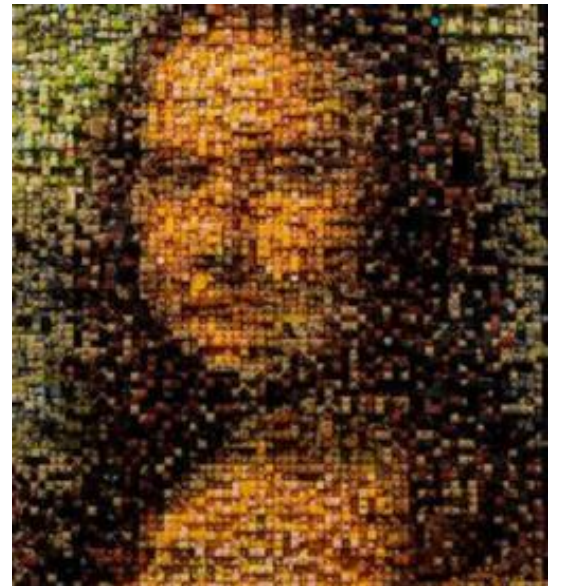


Além disso, a fusão das suas duas grandes paixões - a música e os Legos - levou-o a criar um violino totalmente funcional com estes blocos de montagem. Embora a peça seja um híbrido entre as peças de madeira de um violino real e o corpo construído a partir dessas peças, é uma das criações que o artista mais se destaca.



Através das suas obras, Pontiérr oferece uma experiência visual única e convida o espectador a questionar as barreiras convencionais da arte, destacando assim as infinitas possibilidades que o mundo artístico oferece para a inovação e expressão pessoal.







CAMINHANDO EM DIREÇÃO A UM FUTURO SUSTENTÁVEL COM SAPATOS VEGANOS

A moda ética funde-se com o mundo do calçado, oferecendo uma alternativa consciente para quem procura aliar o estilo aos seus valores.

Escrito por: Estefani Rodriguez

Nos últimos anos, a moda sustentável tem registado um aumento significativo de popularidade e, dentro desta tendência, sapatos veganos tornaram-se uma opção ética que respeita o bem-estar animal e o meio ambiente.

Esses tipos de calçados são aqueles confeccionados sem a utilização de materiais de origem animal, como couro, lã ou seda. Em vez disso, são utilizados materiais sintéticos e alternativas inovadoras que imitam a aparência e a textura dos produtos tradicionais, sem comprometer a qualidade ou o estilo.



Em última análise, isto contribui para reduzir a pegada ecológica associada à produção convencional de calçado.

A produção de couro, por exemplo, está ligada ao desmatamento massivo de florestas e ao consumo excessivo de água, contribuindo significativamente para a degradação ambiental. Em contraste, os materiais utilizados no calçado vegano são muitas vezes mais ecológicos e requerem menos recursos naturais.

Um exemplo dessa tendência é a Melissa, marca de calçados que fabrica sua própria matéria-prima: o Melflex, material revolucionário feito de PVC. Seu nome é resultado da combinação de Melissa e Flexível.

“Nossas Melissas são recicláveis, não contêm componentes tóxicos na matéria-prima ou no processo de fabricação. Na verdade, 99% do material utilizado na confecção de um par de sapatos é reciclado na fábrica.

José Cattán, diretor comercial da Melissa México.

Além disso, a moda sustentável não se limita apenas aos materiais; Também se concentra em práticas éticas de produção e condições de trabalho justas. As marcas veganas muitas vezes priorizam fábricas que respeitam os direitos dos trabalhadores e minimizam o impacto ambiental das suas operações.

“Sustentabilidade também significa pensar nas pessoas e nos opomos a todo tipo de trabalho infantil ou escravo. Buscamos sempre a sustentabilidade em todos os níveis da nossa produção. Estamos conectados aos melhores modelos internacionais, evitamos desperdícios, otimizamos recursos e reciclamos produtos”, enfatiza Cattán.



Os sapatos veganos não são apenas uma opção ética, mas também elegantes e versáteis. Assim como a Melissa, outros designers e marcas estão abraçando essa tendência, oferecendo uma ampla gama de estilos e opções para atender às demandas atuais.



Deve-se notar que a indústria da moda emite anualmente mais de 1.000 megatons de equivalentes de dióxido de carbono, tornando-se a segunda indústria mais poluente do planeta, segundo a ONU.

Com opções veganas, os consumidores têm a capacidade de expressar o seu estilo de vida sustentável sem comprometer a qualidade, o design ou o conforto. É claro que as práticas ecológicas contribuem positivamente para o bem-estar animal e para o ambiente, marcando um passo significativo em direção a um futuro mais sustentável no mundo da moda.

Melissa em dados:

- Inspirada no conceito de mar, a Melissa nasceu em 1979, no Brasil, com a ideia de revolucionar esta indústria.
- Até o momento, a Melissa apresenta menor pegada hídrica em sua cadeia produtiva.
- Desde 2013, registraram uma redução de 15,2% no consumo de energia elétrica para cada par de Melissa fabricado. 85% dessa energia é renovável.
- A marca é certificada pela The Vegan Society, uma instituição com sede no Reino Unido que fornece orientação para um mundo livre de crueldade desde 1944.



GRUPO EDITORIAL
THEPUBLIC

**SOMOS A
SUA
PORTA
PARA O
MERCADO**

Vendas
+521 56 2774 1902
hola@grupothepublic.com



Vivir
tec

Lobe
Mark



● PLANETA
EN VERDE

● Cobertura **Noticiosa**

● Club de Empresas

Ejecutivo **POWER**

CON  **DERES**

COMUNICACION Y **+AS**

Noticiero E

NR Nucleo **Rural**

Con **Styling.**

MEGAMETROPOLI

THE PUBLIC