Exponente Creativo

Anahí Echeverría





TI SEMPLIFICA LA VITA

CASA CUCINE

COCINAS • BAÑOS • CLOSETS

Te hace la vida más fácil

Casa Cucine S.A de C.V, es una empresa mexicana 100% yucateca, dedicada a la fabricación, comercialización e instalación de Cocinas integrales, Closets, Muebles de Baño y Centros de Entretenimiento, respaldado por personal altamente capacitado y siendo la primera empresa a nivel sureste que ofrece el servicio integral desde el inicio.


TI SEMPLIFICA
LA VITA
CASA CUCINE
COCINAS • BAÑOS • CLOSETS
999 211 79 84
Plaza Odara, Av. Yucatán Local A06-1
Mérida, Yucatán

*PilatesWith*Mon

Fusionamos fuerza, elasticidad y conciencia en clases que tonifican y esculpen tu cuerpo mientras calman tu mente. Aquí, el movimiento se vuelve una meditación.

Disfrútalo a tu ritmo, donde estés, cuando lo necesites.

Bienvenida al espacio donde tu bienestar es prioridad.



Fotografía por Paulo Velázquez

www.pilateswithmon.com

@pilateswithmonmethod

DIRECTOR GENERAL
MAURICIO FLOTA

DIRECTOR COMERCIAL
REGINA VELASCO

REDACCIÓN Y ENTREVISTAS
OFF PAPER
EXPONENTE CREATIVO

FOTOGRAFÍA EN PORTADA
OFF PAPER

SOCIAL MEDIA
ANDREA IBÁÑEZ
FÁTIIMA JIMÉNEZ

DISEÑO EDITORIAL
KARLA SANDOVAL
KALEB CASTILLO
DANNA RAMOS

Contacto
editorial@ecreativo.mx

Editorial

En Exponente Creativo, creemos que el talento local es el latido que da vida a la cultura del sureste mexicano. Nuestra revista es un puente donde creadores convergen, compartiendo sus historias, procesos y talento.

Nos guía la convicción de que la creatividad no solo embellece, sino que conecta y trasciende. A través de nuestras páginas, cada lector encontrará inspiración, perspectivas únicas y la energía de una región vibrante.

Este es un espacio para quienes se atreven a soñar y crear, y para aquellos que buscan en la creatividad un estilo de vida, un reflejo de la identidad y un motor para el futuro. Buscamos ser la voz de los creadores que transforman espacios, objetos y experiencias.

Nos dirigimos a todos aquellos que, desde su talento y pasión, redefinen el paisaje creativo de Yucatán. Diseñadores, artistas, fotógrafos, interioristas, productores y visionarios convergen en un mismo espacio para compartir sus ideas, procesos y sueños. En las siguientes páginas nos espera un homenaje a la creatividad, la autenticidad y a las historias que inspiran, empoderando a las nuevas generaciones.

Bienvenidos a un viaje por el corazón de las personas creativas, donde cada edición es un reflejo del talento que nos rodea.

ENCUENTRANOS EN:

EXPONENTE CREATIVO. AÑO 0, NÚMERO 1, NOVIEMBRE 2025

Con primera edición en noviembre 2025. Es una revista bimestral. Certificado de licitud en trámite. Exponente Creativo no se hace responsable de los contenidos y/o comentarios revelados por sus anunciantes, dado el caso se investigará la seriedad de los mismos. Las opiniones expresadas por los autores no representa la postura de los editores y la editorial; es responsabilidad de los mismos. Prohibida su reproducción parcial o total. Impresa por Uniprinte con domicilio en calle 39 número 501, colonia centro. CP. 97000 Mérida, Yucatán, México.

Bucaré

ARTE FLORAL



LineUp

En portada

Anahí Echeverría — Ilustradora — 7

Carlos y Manuel — Casa Cucine — 10

Vivian Chnaid — Creadora de contenido — 13

Mafe Guerrero — Maffe Guerrero — 16

Faride y Emir — Diez800 — 18

Graciela Reyes — Miss Textiles — 20

Fernando Rubio — Roksa — 23

Beto Rodríguez — Maketch Tattoo — 27

Luis Gamboa — Fotógrafo de retrato — 31

Aime Gil — Aime Isabel Studio — 34

Paula y Belinda — Reúna — 37

Roberto Mena — RM Diseño de interiores — 38

Roger y Fernando — Trasmuro — 40

Ana Guerrero — Tista — 42

Ana Pau — Vloger Creativa — 44

Ana Cardeña — AnVe — 46

Deborah, Silvana Andrea y Fernanda — Off Paper — 48

Andrea Nevárez — Creadora de contenido — 51

Julio Lara — Entrega Especial — 54

Tu nombre puede estar aquí — Exponente Creativo

Visita nuestro sitio web para conocer nuestros artículos digitales **www.ecreativo.mx**

@e_creativo.mx

Exponente Creativo

@e_creativo.mx









ventas@alebrijeinteriors.com

999 503 0935

ALEBRIJE
INTERIORISMO SEMI-ARTESANAL



Anahí Echeverría

ILUSTRADORA





Desde niña me gustaba dibujar, pero no fue sino hasta la universidad cuando descubrí la ilustración como profesión. Tras un tiempo en diseño gráfico, vivir fuera me abrió los ojos a ver artistas que vivían de su arte. Al regresar, decidí intentarlo: empecé en redes, llegaron los primeros encargos y pude dedicarme por completo a ilustrar.

@anahi_echeverria Anahí Echeverría · Illustration



P. ¿Cómo equilibras la acuarela tradicional y la pintura digital en tu trabajo, y qué ventajas y retos encuentras en cada técnica?

R. Equilibro ambos mundos priorizando la practicidad para el trabajo comercial y la satisfacción personal en mis proyectos propios. La acuarela tradicional me da gran libertad y me permite *"sentir"* el proceso, algo que lo digital no reemplaza, y la uso como mi base emocional. En cambio, la pintura digital me permite adaptarme a los clientes con cambios rápidos y mantener la calidad en encargos comerciales.

A veces las combino para lograr resultados más ricos visuales. Me gusta cuando la gente no puede distinguir si fue hecho a mano o en pantalla, ya que eso demuestra que ambas técnicas, siendo la acuarela mi base y la digital mi herramienta de avance laboral, pueden convivir.

P. Tu marca personal "Anahí Echeverría Ilustración" ha operado ya varios años. ¿Cómo ha evolucionado tu estilo como marca desde sus inicios hasta ahora?

R. Cuando comencé no pensaba en mi trabajo como una marca; aceptaba cualquier proyecto sin importar si conectaba con mi estilo. Con el tiempo entendí la importancia de tener una identidad visual y aprendí a seleccionar encargos que realmente representaran lo que quería expresar. Me fui enfocando en lo infantil y lo imaginario, creando un estilo más reconocible y coherente. Hoy siento que mi marca tiene una identidad clara: se nota mi mano en cada ilustración, sin perder la versatilidad ni la esencia que me caracteriza.

P. Has colaborado con proyectos independientes, marcas o instituciones como el Ayuntamiento de Mérida, entre otras. ¿Cómo abordas el diseño ilustrado para marcas frente a proyectos personales más libres?

R. Cuando trabajo con marcas o clientes institucionales adapto mi estilo a sus necesidades mientras mantengo el diálogo y el respeto por el proceso para garantizar autenticidad. Si el cliente tiene una idea clara, la sigo; si no, propongo el rumbo con bocetos. En contraste, los proyectos personales me ofrecen más libertad para explorar y jugar con técnicas o conceptos sin tantas limitaciones.

P. Me gustaría que nos platicaras de tu participación en proyectos editoriales. ¿Qué significado tiene para ti que tu trabajo forme parte de un proyecto editorial?

R. Participar en proyectos editoriales es muy significativo porque me permite ver mi trabajo en un contexto más amplio y profesional. Me gusta que las marcas me busquen por mi estilo, lo que mantiene mi esencia presente. En contraste, en mis proyectos personales soy más libre, dibujo lo que me gusta y sin pensar en lo que se vende. Creo que esa honestidad creativa es lo que al final conecta con mi público.

P. A lo largo de tu trayectoria, ¿hubo momentos o proyectos en tu trayectoria que te hicieron replantear tu estilo o el rumbo de tu marca? ¿Cómo te adaptaste?

R. Sí, por la inestabilidad llegué a dudar si seguir con la ilustración, pero siempre regreso a mi marca por pasión. Me adapté aprendiendo a equilibrar lo gráfico con lo ilustrativo y priorizando proyectos que me aporten algo creativo y personal. Hoy valoro mi paz mental sobre aceptar algo que no disfrute, lo que ha fortalecido mi estilo.





P. Como maestra de talleres, ¿cuáles son los principales bloqueos de quienes inician en la ilustración y qué consejos compartes?

R. El bloqueo principal es el miedo a no dibujar "bien". Les aconsejo soltar el juicio y ver el arte como una forma de expresión o relajación, no como una meta profesional inmediata. La clave es la práctica constante y dibujar con tu propio estilo, sin miedo a equivocarte.

P. ¿Qué consejo le darías a los nuevos talentos artísticos que están dudando de su propio potencial? ¿Cómo pueden cultivar la confianza y convertir su arte en un proyecto profesional?

R. Mi consejo es mostrar tu trabajo, aunque dé miedo. Rodéate de gente que te inspire e impulse, ya que compartir el proceso fortalece la confianza. Mostrar tu arte te hace vulnerable, pero es la única forma de crecer y encontrar tu lugar. Hazlo poco a poco y disfruta el camino.

"No busques aprobación, sino el reconocimiento de tu propio potencial.







Carlos & Manuel

Casa Cucine

Casa Cucine es una empresa mexicana, 100% yucateca dedicada a la fabricación, comercialización e instalación de cocinas integrales, closets, muebles de baño y centros de entretenimiento. Respaldados por un equipo altamente capacitado, fuimos la primera empresa en el sureste en ofrecer un servicio integral desde el inicio del proyecto, combinando diseño, funcionalidad y calidad.

@casacucine

Casa Cucine

@casacucinemx

"La cocina es el corazón del hogar.

En Casa Cucine creemos que un buen diseño transforma la manera en que se vive cada día.



P. ¿Qué es algo que les apasiona de cada uno de los proyectos que reciben?
R. Cada proyecto representa una nueva oportunidad de transformar un espacio en el corazón de un hogar. Lo que más nos apasiona es que muchas veces existe una historia detrás de cada cliente y plasmarla en un diseño funcional, elegante y duradero nos da una satisfacción muy grande. Para nosotros, no es solo una cocina o un closet, es el escenario donde ocurren momentos importantes de la vida.

P. Al trabajar con espacios únicos ¿Qué criterios siguen para seleccionar los materiales y acabados que mejor se adapten al estilo, funcionalidad y presupuesto del cliente?
R. Nuestro proceso inicia con escuchar al cliente, entender su estilo de vida, sus necesidades y el presupuesto disponible (en la mayoría de los casos). A partir de eso seleccionamos materiales de alta calidad que combinan estética y durabilidad. Buscamos siempre que la inversión se traduzca en valor real, por eso cada acabado tiene un propósito: funcionalidad, resistencia y armonía visual.

P. Cada cliente tiene necesidades únicas: ¿Cómo estructuran su proceso para ofrecer soluciones personalizadas sin perder eficiencia o sobrecostos?
R. Contamos con un método claro y probado, desde la primera reunión definimos objetivos, medidas, que el cliente nos diga (aunque no los tenga físicamente) los electrodomésticos a utilizar, muchas veces también elegimos materiales para poder trabajar en la propuesta, renders realistas y entregar una cotización, esto nos permitirá diseñar soluciones personalizadas con procesos internos optimizados, evitando sorpresas o tiempos innecesarios. Nuestra fortaleza está en planear con detalle para ejecutar con precisión.

P. ¿Qué mensaje les daría a jóvenes creativos que al conocer su trabajo se sientan inspirados?
R: Que nunca dejen de aprender, observar y crear, cada idea tiene valor si se ejecuta con pasión y DISCIPLINA, no teman empezar pequeño, porque lo importante es empezar, todo gran proyecto nació de un primer paso.





ITZUMI

fashion & design







Envío sin costo a toda la república.

Contamos con confección de prendas en tallas especiales.

9889660353

@itzumi_fashion

Con una trayectoria que une el arte del diseño con la visión estratégica del marketing, ha logrado posicionarse como una voz auténtica dentro del mundo creativo y digital.

Actualmente, lidera el área creativa de Chabacano, una marca de joyería nacional que se ha convertido en referente por su propuesta original, creativa y cercana a las nuevas generaciones.

Desde ese espacio, Vivian ha desarrollado campañas que conectan emociones con estética, demostrando que la creatividad también puede ser una herramienta de negocio.

Como creadora de contenido bajo el nombre @laviviandaniela, comparte su visión del diseño, la moda y el emprendimiento con un enfoque profesional y aspiracional.

Su estilo visual, su storytelling y su autenticidad la han convertido en una colaboradora ideal para marcas que buscan comunicar con propósito y conectar con una audiencia real.

Su misión es clara: inspirar, crear y construir comunidades donde la creatividad tenga impacto.



Vivian Chnaid

Diseñadora de moda, Creative Manager y Creadora de contenido mexicana

@laviviandaniela



Contáctame para agendar tu asesoría personalizada y trabajar juntos en tu seguridad financiera.

@ferfinanciera fernandasierrach@gmail.com 9992717054


RICARDO TORRES
FOTOGRAFÍA
@ricardotorresfoto
@comida_yucatan
ricardotorres.mx

Mafe Guerrero

Diseñadora de moda

@maffeguerrero.mx

Maffe Guerrero MX

Somos una **marca mexicana de streetwear** con diseños personalizados, creada en Mérida, Yucatán, por Maffe Guerrero en 2021. Celebramos la individualidad a través de piezas cómodas, divertidas y funcionales, pensadas para acompañar el día a día del guerrero actual. Creemos que no hay mejor armadura que el amor propio y la confianza de vivir plenamente en tu propia piel. Hecha con el corazón, esta marca fue pensada especialmente para ti.



P. ¿Qué momento o experiencia despertó en ti la idea de crear tu propia marca de street wear y convertirla en un proyecto profesional?

R. Desde que comencé a dibujar, siempre me enfoqué en las personas y en cómo su ropa podía contar una historia. Esa visión me llevó a reflexionar sobre el poder de las prendas para empoderar y dar confianza a quien las usa. Con el tiempo entendí que, aunque no todos se consideran consumidores de moda, todos elegimos cómo vestirnos cada día. Descubrir ese impacto fue lo que me hizo enamorarme de la idea de crear mi propia marca.

P. ¿Qué fuentes de inspiración alimentan tus diseños?

R. Mis diseños se inspiran en lo cotidiano: recuerdos de mi infancia, experiencias de mis amigos y las elecciones de vestimenta de mi familia. Me motiva observar cómo se viste la gente en México y cómo esas costumbres reflejan identidad. Busco que cada prenda empodere la individualidad y se adapte a todo tipo de persona, escuchando siempre las necesidades de quienes la usarán.

P. Al ofrecer piezas hechas a la medida, ¿cómo equilibras la esencia de tu marca con la identidad y estilo personal de cada cliente?

R. Ofrecer piezas a la medida es uno de los principales diferenciadores del showroom. Quiero que quienes entren se sientan escuchados y comprendidos, como si hablaran con un amigo. Busco conocer qué los hace sentir seguros y reflejar su personalidad en cada prenda, fusionando mi propuesta con lo que cada cliente necesita para crear algo auténtico y cercano.

P. ¿Qué papel juegan los textiles, texturas y colores en el mensaje que buscas transmitir con cada colección?

R. Maffe Guerrero es una marca lúdica, divertida y juvenil. Me gusta crear lo que llamo prendas dopamínicas: piezas casuales con pequeños detalles que las hacen destacar. Busco que quien las use reciba comentarios por esos toques únicos y se sienta especial gracias a ellos, porque son esos diferenciadores los que le dan identidad a la marca.

P. Tu marca celebra el amor propio y la confianza. ¿Cómo logras que estos valores se reflejen en el diseño y en la comunicación visual de Maffe Guerrero?

R. Siempre buscamos que el amor propio y la confianza se reflejen en todo: desde el contenido y las colecciones hasta el proceso creativo en el showroom. Nos gusta acompañar al cliente, escucharlo y proponerle para que se sienta parte de la marca. Incluso en el logotipo y en la comunicación mantenemos ese mensaje de inclusión y cercanía, procurando que siempre esté claro que la marca es para todos.

P. ¿Existe alguna frase favorita que podrías compartirnos?

R. Una frase que me gusta mucho es perder el miedo a hacer las cosas y dejar de querer tener el control de todo. Creo que aplica para cualquier persona: perseguir lo que deseas no termina en lograr una meta, sino en seguir soñando, creciendo y creando sin perder las ganas de continuar.







Faride Marín está teniendo una idea, y Emir Peña ya está encontrándole forma.

Así ha sido desde que decidieron apostar por la creatividad como forma de vida y motor de transformación. Juntos fundaron Diez Ochocientos, un estudio creativo que ha sido punta de lanza en la escena local, demostrando que no hace falta irse a la gran ciudad para construir una industria sólida desde Mérida.

En un contexto donde la creatividad solía reducirse a "hacer redes" o se subestimaba su valor, Faride y Emir cambiaron la conversación. Para ellos, la creatividad no es publicidad ni marketing: es un puente que conecta a las marcas con su verdadero significado. Con más de 150 marcas en su portafolio conjunto, han desarrollado estrategias, identidades y campañas que se distinguen por su autenticidad, sensibilidad y propósito.

Faride, creativa nata con gran criterio, ha trabajado en comunicación, producción y creación de contenido para más de 50 marcas, combinando estrategia con intuición y propósito. Ha sido embajadora y colaboradora de firmas locales y nacionales que comparten su pasión por la autenticidad y el valor de las ideas que transforman.

Emir, publicista y estratega, cree en la creatividad como herramienta de diferenciación e identidad. A lo largo de más de 8 años ha liderado procesos de dirección creativa, comunicación y diseño con más de 70 marcas. También impulsa a la comunidad creativa local con iniciativas sin fines de lucro como Creativos Anónimos y El Club de las Memorias, espacios para conectar y potenciar ideas.

Diez Ochocientos nació como una idea entre dos personas que creían que sí se podía y se convirtió en un referente para muchos que también sueñan con vivir de lo que crean.

P. ¿Qué significa el proyecto Diez800 para ustedes?
R. La oportunidad de revolucionar la industria creativa del sureste, hacer una plataforma para que mucha gente apasionada como nosotros en el giro encuentre

P. En tu cuenta se lee "Cultura Creativa aplicada en proyectos relevantes". ¿Cómo defines "cultura creativa" en el contexto de su trabajo y cómo la integran en cada campaña?
R. Para nosotros, la cultura creativa es una forma de trabajar y de pensar. Es la mentalidad que impulsa la generación de ideas originales y un servicio de alta calidad, donde la apertura, la experimentación y la colaboración son esenciales.
Creemos en probar, en pensar distinto y en escuchar con empatía a nuestros clientes y a nuestro equipo para construir proyectos verdaderamente relevantes.
Nuestra cultura es también un reflejo de quienes somos: líderes y creativos que trabajan con responsabilidad, criterio y sensibilidad hacia las marcas, los proyectos y las personas.
Vivimos la creatividad no como un oficio, sino como una manera de hacer las cosas con visión, intención y propósito. Y eso, inevitablemente, se traduce en el éxito de cada proyecto que creamos.

P. Durante una producción, ¿cómo abordan el equilibrio entre lo estético y lo funcional para cumplir objetivos de marca sin perder voz creativa?
R. Anteponemos la idea y la creatividad ante cualquier aspecto técnico y funcional pero siempre bajo el criterio de hacer las cosas correctamente y un sentido común. Interpretamos a las marcas como entes con su propia esencia y eso nos permite entenderlas para comunicarlas mejor sin importar el formato.

P. ¿Qué elementos visuales consideran como no negociables para que el trabajo tenga impacto?
R. Consideramos que hoy en día, la técnica ya perdió ante la creatividad y el storytelling. Siempre se cuida la calidad, pero primero hay que cuidar la historia; el público te perdona detalles pero nunca una mala forma de contar algo.

P. A lo largo de su trayectoria, ¿cuál ha sido el mayor aprendizaje hoy aplican en sus producciones?
R. El cliente debe estar involucrado, debe de importarle tanto como a nosotros en los momentos clave de decisión creativa, logística y entrega.
En Diez nuestros clientes no son un folio, son soñadores y creadores como nosotros y cuando conectamos con personas que entienden eso, los proyectos resultan con éxito.



"La curiosidad salvó al gato"
Una frase hecha por el estudio.

Graciela Reyes

MISS TEXTILES Y REYGRA

Diseñadora de moda especializada en teoría y arte textil, diseño artesanal, capacitación comunitaria y docencia universitaria. Desde 2014, he trabajado como consultora en producción artesanal y como capacitadora comunitaria para marcas independientes, instituciones gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro.



P. En redes te defines como curiosa, exploradora, inquisitiva y creativa. ¿Cómo estas cualidades han moldeado tu forma de entender y trabajar el textil dentro de la moda contemporánea?

R. Para mí, la curiosidad es versatilidad: movimiento y cambio constante. Eso ha definido mi práctica a lo largo de los años. Comencé desde un enfoque artesanal con una mirada antropológica al textil tradicional, lo que me abrió paso a la experimentación libre. Esa exploración me llevó a retomar el estudio técnico de los procesos tradicionales, en un ir y venir que siempre regresa a mi interés principal: expandir los límites creativos y aplicarlos a la moda.

P. Desde tu experiencia, ¿qué consideras que la industria de la moda podría aprender de los procesos artesanales para avanzar hacia un modelo más consciente y sostenible?

R. Por definición matemática, la moda es aquello que se repite con mayor frecuencia, lo cual contrasta con el valor del proceso artesanal: único y distinguido por su individualidad. Es necesario perfeccionar continuamente la producción artesanal hasta honrarla en su máxima expresión, sin perder de vista que la moda industrial, pese a su masividad, cumple una función democrática esencial: vestir a la humanidad.





P. En un futuro cada vez más tecnológico, ¿por qué consideras que es fundamental preservar y reivindicar los procesos textiles tradicionales dentro de la moda?

R. Relaciono la preservación de los procesos con su documentación, aunque su vigencia futura es otra historia. La adaptación es vital para la supervivencia, tanto de los seres vivos como de los sistemas que creamos. Creo que el futuro tecnológico puede integrarse e incluso fortalecer los procesos tradicionales, posicionándolos dentro de un sistema económico sostenible que beneficie a las familias artesanas.

P. La colaboración con comunidades artesanales es esencial en muchos proyectos de moda. ¿Cómo percibes la relación actual entre los diseñadores y los artesanos en México, y qué cambios te gustaría ver en esa dinámica?

R. Es urgente establecer un sistema regulatorio nacional que inicie con un marco fiscal y legal dentro de la política pública, que defina las reglas básicas del intercambio económico y de conocimiento entre artesanos y diseñadores. Más allá de lo legal, la ética en la práctica es clave para una relación equitativa. Aún hay un largo camino por recorrer, y como gremio, los diseñadores tenemos la responsabilidad de iniciar estas conversaciones, comenzando desde lo local.

“Crear no es rápido ni inmediato, ...



...toma a veces toda una vida de seguir sin rendirse, una terquedad inusual en la personalidad creativa que espero retomemos pronto para seguir creando con libertad todas las generaciones unidas.

P. ¿Qué retos has observado al enseñar el conocimiento textil a nuevas generaciones en un mundo dominado por la inmediatez y el consumo rápido?

R. El reto más grande es ver la baja en la flama del interés y la curiosidad, que para mí es movimiento y cambio constante. La inmediatez contrasta con la terquedad inusual necesaria para crear. Espero que todas las generaciones unidas retomemos esa constancia para seguir explorando y creando con libertad.



“Lo ideal sería tener el corazón en la cabeza y el cerebro en el pecho. Así pensaríamos con amor y amaríamos con sabiduría” - Mafalda













Fernando Rubio
Roksa



“Soy ingeniero civil y vengo de la empresa Roksa a platicar un poco con ustedes.”

@Roksamid

Roksa

www.roksa.mx

Siempre he sido un apasionado del diseño en general y de lo que este produce en términos de arquitectura: la belleza de combinar luces, sombras, acabados y materiales. Al adentrarme en el mundo de la cancelería, la combinación de vidrio y metal me parece muy bella. Por ello, con el conocimiento que tenemos, tratamos de crear elementos que no solo cierren un área, sino que le den una personalidad propia.

“Tu visión, nuestra fuerza.”

Justamente esa es la idea que queremos transmitir: queremos tomar tu visión, entenderla, ver cuál es tu sueño para tu residencia o tu edificio, y con nuestra fuerza de conocimiento, ingeniería y cálculos, poder llevar esa idea lo más cerca de la realidad.

P. ¿Cuál es el proceso (diseño, fabricación, instalación) de una solución arquitectónica personalizada?

R. Lo primero que hacemos es sentarnos contigo como cliente y tratar de entender qué es lo que necesitas y qué es lo que sueñas. De ahí te vamos a dar una asesoría personalizada con nuestros conocimientos para ver qué se puede hacer, cómo lo podemos hacer y en qué te podemos ayudar. Muchas veces, el cliente desconoce ciertos materiales y piensa que algunas cosas no se pueden hacer, y para eso estamos nosotros: para indicarte cómo podríamos lograrlo o adaptarlo a la realidad.

P. ¿Qué papel juegan los materiales (tipo de vidrio, aluminio, perfilería) en lograr que sus productos sean tanto bellos como técnicos?

R. El vidrio ha sido un material esencial por años, y gracias a nuestra experiencia y proveedores, hemos logrado combinaciones con aluminio que realmente son espectaculares. Las nuevas líneas y acabados permiten infinitas posibilidades en diseño, respaldadas por el cálculo técnico de nuestro equipo, lo que garantiza canceles estéticos, funcionales y duraderos.

P. En climas como el de Yucatán, ¿qué retos o consideraciones técnicas deben afrontar para que sus canceles y fachadas sean eficaces y duraderos?

R. Sabemos bien que en Yucatán, y en Mérida particularmente, el calor es lo principal. Hemos descubierto una combinación de vidrios con tratamientos térmicos y aluminio que tiene rotura de puente térmico, que son datos técnicos, pero que al final nos van a ayudar a darte un cancel que te protegerá del calor y protegerá tus muebles de los rayos UV para que no se decoloren.

Si tienes una tienda de ropa, por ejemplo, necesitas una buena protección UV para evitar que los colores se desgasten. Si se trata de una agencia de automóviles, buscas que los coches se vean claros, por lo que necesitas otro tipo de vidrio. El calor siempre influye, pero lo importante es la función; de eso se trata nuestro trabajo: combinar los elementos adecuados para que la temperatura no impacte tanto.



Referencia: Emporia Shopping Center
Fotografía: Tord-Rikard Söderström
Arquitecto: Wingårdh Arkitektkontor



P.¿Cómo integran estética, funcionalidad y confort (por ejemplo, luz, ventilación, aislamiento) en sus soluciones de cancelería premium?

R.Tenemos muchas líneas especiales para, por ejemplo, crear espacios donde la luz se maneje más atenuada de lo normal. Manejamos vidrios con serigrafía que puede ser completa o con puntos, y también vidrios de colores para crear un juego de tonalidades con la luz. Tenemos diferentes líneas de aluminio para dar un juego de sensaciones, de ver un cancel muy robusto, muy grande, o uno muy delgado y bonito. Entonces, realmente lo que tratamos de combinar es la idea del cliente con las capacidades de los materiales y el espacio que estamos queriendo crear.

P. ¿Puedes compartir algún proyecto emblemático en el que sus canceles hayan cambiado radicalmente la percepción del espacio y por qué lo consideras exitoso?

R. En Roksa no solamente trabajamos la fabricación e instalación de cancelería, sino que también hacemos proyectos ejecutivos de cancelería, lo cual implica estudiar, proponer, calcular y diseñar canceles. Actualmente estamos trabajando en dos proyectos muy importantes en Yucatán: uno de ellos se llama Cabo Coral, del cual acaba de haber una inauguración de su beach club, y el otro se llama María Living. Estos dos proyectos se llevan de la mano con el dueño, con sus ideas y visiones, al cual le hicimos propuestas de vidrio y propuestas de aluminio. Son dos proyectos que definitivamente van a ser muy reconocidos en Yucatán.



Referencia: Proyecto María Living | Fotografía propiedad de Grupo Fiat





¿Sabes qué es *la Epigenética?*

La epigenética es una rama de la genética que estudia cómo factores externos como el estrés, la alimentación o las emociones pueden influir en la forma en que se expresan nuestros genes, sin alterar el ADN.

Mientras el ADN determina quiénes somos, la epigenética explica cómo nuestros pensamientos y hábitos pueden cambiar la manera en que ese ADN actúa.

Investigaciones recientes, como las del Dr. Bruce Lipton, muestran que la mente y las emociones influyen directamente en las funciones del cuerpo. Así, al cambiar nuestra manera de pensar, también podemos transformar nuestra biología.

Esta ciencia abre una nueva era en la medicina y la biología: la de comprender que el bienestar comienza en la mente y se refleja en cada célula del cuerpo.

Lilí

ARMONÍA ESTÉTICA

Lic. Lily Cárdenas Garza

Licenciatura en Nutrición UANL. Maestría en Síndrome Metabólico y Obesidad. Diplomado en Epigenética y Nutrigenética.

Ced. Prof. 9479650 UANL
Ced. Esp. 11138982 Univ. Modelo

Citas: 9993 01 48 00

@liliarmoniaestetica

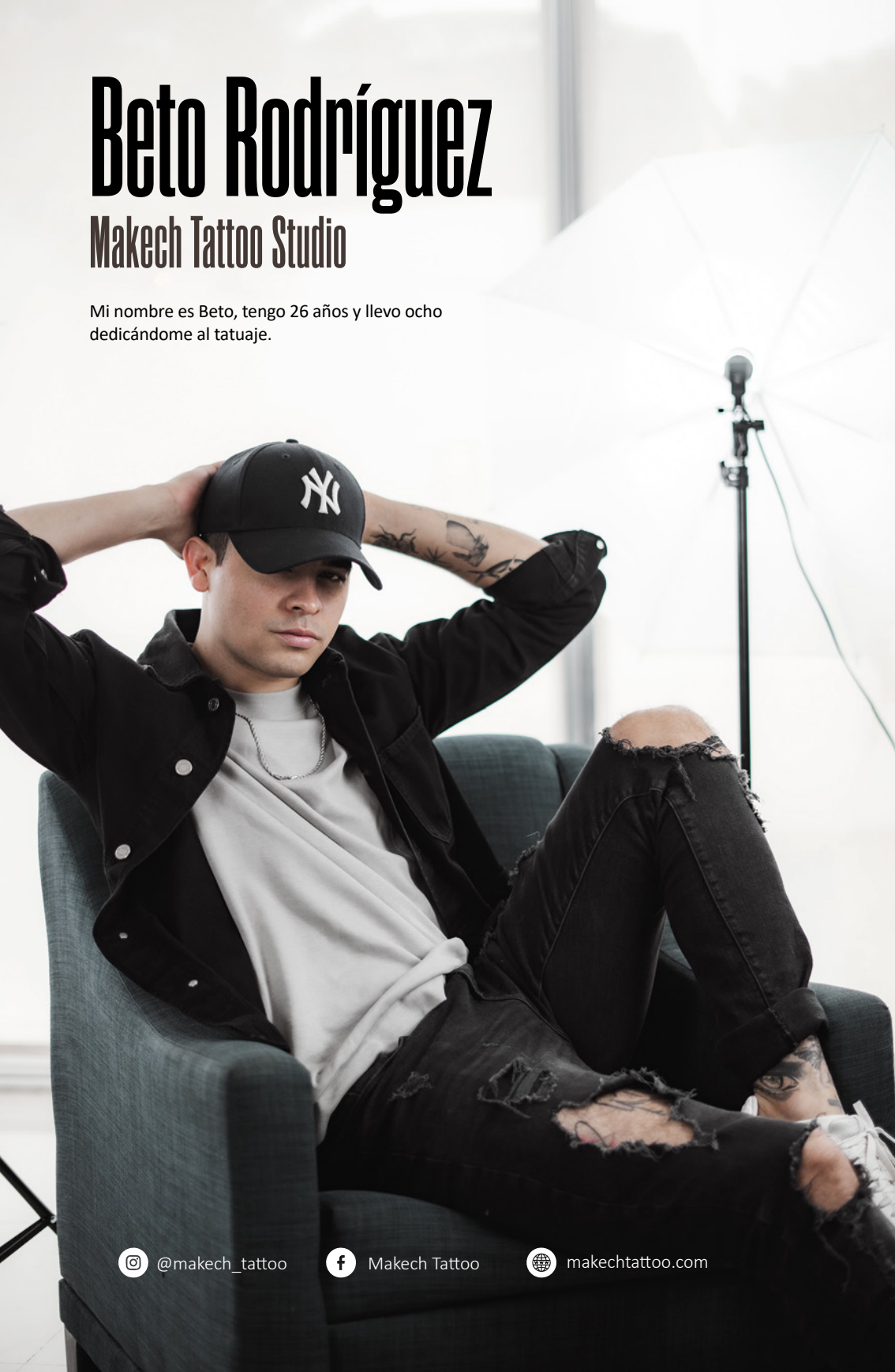
Permiso Cofepris: 2331012002A00087

Permiso Publicidad: 2331012002A00095

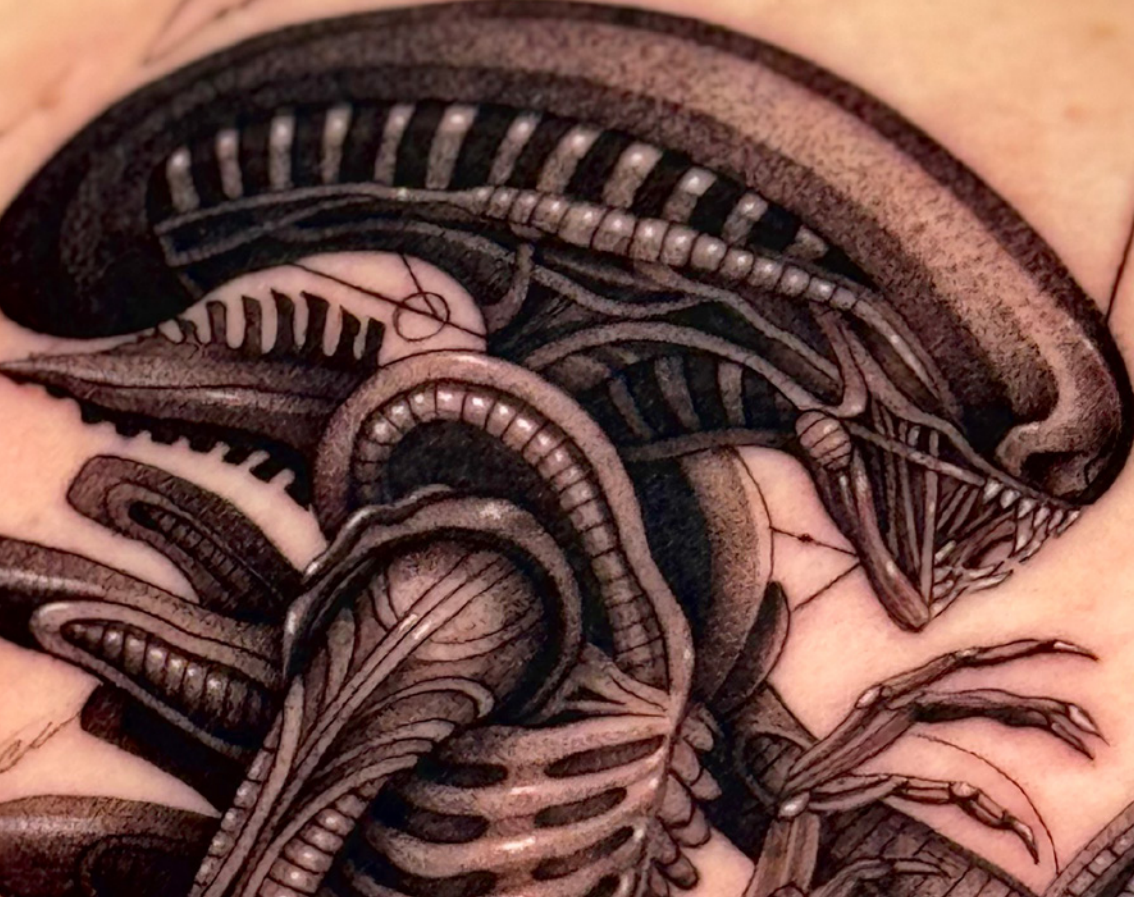
Beto Rodríguez

Makech Tattoo Studio

Mi nombre es Beto, tengo 26 años y llevo ocho dedicándome al tatuaje.



@makech_tattoo Makech Tattoo makechtattoo.com



P. Para comenzar, cuéntanos un poco sobre ti: ¿cómo descubriste tu pasión por el arte del tatuaje y qué te llevó a convertirte en tatuador?
R. Comencé en este mundo de la forma más inesperada y con el tiempo descubrí una verdadera pasión por este arte. Lo que más me inspira es poder conectar con las personas, conocer sus historias y su esencia, y transformar sus emociones en un diseño que quedará plasmado en su piel. Es una sensación muy especial provocar esa emoción, saber que algo que creé quedará inmortalizado y que cada tatuaje tiene vida y significado propio.

P. ¿Cómo describirías tu estilo de tatuaje? ¿Hay alguna técnica o temática en la que te especialices?
R. Mi estilo está en constante evolución. Me inspiro en el arte conceptual, surrealista y espiritual, así como en las culturas griega y egipcia. Me gusta crear composiciones equilibradas, jugando con la geometría y líneas que armonizan con el cuerpo es parte de mi estilo, de esa forma, le doy un sentido y una emoción al diseño. Luego llega la parte más divertida: transformar esa idea del cliente en una composición con mi propio lenguaje gráfico y estilo formal.

> “No defino mi estilo con una sola palabra, porque siempre está en transformación.”

P. Para alguien que está considerando su primer tatuaje, ¿qué consejo le darías para asegurarse de tener una buena experiencia?
R. Lo primero sería informarse bien. Hoy en día, las redes sociales facilitan conocer el trabajo de cada artista y encontrar aquel con quien uno se sienta identificado. También es útil acercarse a amigos o familiares con experiencia en el mundo del tatuaje para recibir recomendaciones. Es importante recordar que un tatuaje no es solo una marca en la piel, sino una experiencia personal, por lo que es esencial sentirse cómodo y en confianza con el tatuador.





P. ¿Cómo describirías el ambiente de Makech Tattoo y de qué manera crees que ese entorno ha influido en tu propio trabajo y en la experiencia de tus clientes?

R. Makech Tattoo es el lugar donde inició mi camino y donde he crecido como artista. Estar rodeado de grandes talentos me ha permitido aprender y fortalecer mi visión del tatuaje. Aquí he comprendido que cada idea es única, pero el sentimiento detrás es el mismo. Es un espacio que impulsa mi crecimiento y fomenta el trabajo en equipo.





Salud y bienestar a través de la nutrición

personalizada

AUAIS

NUTRICIÓN Y RENDIMIENTO

Healthy lifestyle

Agenda tu cita y logremos juntos tus objetivos.

- Evaluación del estado nutricio.
- Plan nutricional.
- Plan de entrenamiento.
- Seguimientos presenciales.
- Guía alimentaria.
- Valoración antropométrica.
- Planes en presenciales y en línea.

Namtala Auais Flores
AP 13714555
COFEPRIS 2431012002A00084
Calle 29A Calle 44, C. 29 465, Gonzalo Guerrero, 97115 Mérida, Yuc.

Luis Gamboa

Fotógrafo de Retrato

Mi trayectoria fotográfica comenzó hace 18 años, de forma autodidacta, explorando sesiones de moda, pasarelas, bodas y aniversarios. Hoy me especializo en fotografía de estudio, colaborando en campañas publicitarias, portadas de libros, certámenes de belleza, revistas y portafolios.



@luis_gamboa_fotografo

Luis Gamboa

P. ¿Cómo comenzó tu relación con la fotografía y qué te motivó a convertirla en tu profesión?
R. Todo comenzó con mi primera cámara y la curiosidad por conocer a fondo el equipo. Siempre he sido alguien que investiga más allá, lo que convirtió esta pasión en un hobby durante los primeros años. Con el tiempo, me especialicé en fotografía de estudio, técnica que disfruto y que ha sido bien recibida por mis clientes. Actualmente, me enfoco en el control de iluminación, buscando resaltar las sombras con precisión en mis retratos.

P. ¿Cómo describirías el estilo fotográfico que te caracteriza y qué tipo de proyectos disfrutas más capturar en tu estudio?
R. Mi estilo se enfoca principalmente en retrato y moda. En el retrato, busco capturar la esencia, expresión y personalidad de cada persona, ya sea en un enfoque clásico, artístico o ambiental. En fotografía de moda, me interesa resaltar el diseño del vestuario, los accesorios y el maquillaje, creando una narrativa visual con especial atención en la iluminación y la estética. Disfruto especialmente las sesiones con mayor producción, ya que trabajar con profesionales como diseñadores, modelos y maquillistas enriquece el resultado final, reflejando el valor y la experiencia de todo el equipo involucrado.

P. ¿Cuál ha sido el mayor desafío que has enfrentado al trabajar de forma independiente y cómo lo superaste?
R. Uno de los mayores desafíos que he enfrentado como fotógrafo fue la pandemia de 2020. Este hecho histórico nos obligó a reinventarnos y adaptar nuestros procesos para continuar en el mercado, especialmente al limitarse el contacto directo con los clientes. En mi caso, al trabajar principalmente en estudio, disminuyeron las sesiones con modelos para boutiques, pero aumentaron las sesiones con maniquíes, ya que muchas tiendas comenzaron a digitalizarse para vender en línea.

P. ¿Qué o quién te inspira a seguir creando y qué consejo le darías a los nuevos fotógrafos que desean abrirse camino de manera independiente?
R. No tengo un fotógrafo favorito; seguir a colegas locales e internacionales me inspira constantemente. Hoy, las nuevas generaciones tienen acceso a múltiples recursos que facilitan el aprendizaje fotográfico, desde cursos hasta herramientas digitales. Con un celular y el apoyo de la inteligencia artificial, pueden crear, comunicar y transformar su visión del mundo a través de la fotografía.



“La mayoría cuenta con un equipo con cámara que puede ser utilizado como una herramienta muy poderosa para despertar el interés en la fotografía.

P. ¿Hay alguna sesión o proyecto que recuerdes como un punto de inflexión o que haya marcado tu trayectoria?

R. He tenido varios puntos clave. Recuerdo mi participación como fotógrafo principal en la Campaña TÓCATE, donde conviví de cerca con celebridades del medio Empresarial, Político y Artístico. También, mi colaboración por varios años en Certámenes de Belleza en Yucatán me marcó profundamente. Ambos proyectos me enseñaron que el crecimiento profesional siempre es colectivo, y que uno sin el otro es poco probable alcanzar los mismos resultados.

P. Desde la idea inicial hasta la edición final, ¿cómo es tu proceso de trabajo para lograr que cada sesión tenga tu sello personal?

R. Mi proceso siempre comienza basándose en las necesidades del cliente, analizando lo que desea proyectar y, sobre todo, los resultados específicos que espera de mi trabajo. Durante la sesión, creo que el ambiente de trabajo es primordial. Mis principios son claros: dar instrucciones previas detalladas para cada toma, y ajustar continuamente la técnica de iluminación o el esquema utilizado.

Me enfoco mucho en cuidar los detalles de la escena como la pose a favor del diseño, acomodar el cabello, o analizar las sombras y encuadres, tratando de mantener el estilo solicitado. Por supuesto, todo esto siempre está acompañado por música de fondo y un buen café para mantener la energía.

P. Si pudieras describir con tres palabras la esencia que buscas transmitir a través de tu fotografía, ¿cuáles serían?

R. Podría inclinarme por una estética que sea: Elegante, Limpia y Detallista. Es la esencia que busco plasmar en cada toma.



Aime

Aime Isabel Studio

Soy arquitecta de formación y artista emergente

“Creer es Crear”



@aimeisabel.studio

aimeisabel.studio

aimeisabel.studio



"Reverdecer"| Técnica: Acrílico sobre tela | Medida: 100 cm x 150 cm

Desde siempre me ha atraído crear, inicié mi camino en el arte a los 10 años, con clases de pintura, por lo que el arte siempre me ha acompañado. Hoy mi trabajo une ambas disciplinas: la estructura y precisión de la arquitectura, con la libertad y emoción del arte. Pinto inspirada en la naturaleza, en sus texturas, colores, buscando transmitir serenidad y equilibrio en cada obra.

P. En tus obras notamos tanto lo figurativo como lo abstracto; ¿cómo ha sido ese proceso de experimentación entre ambos lenguajes?

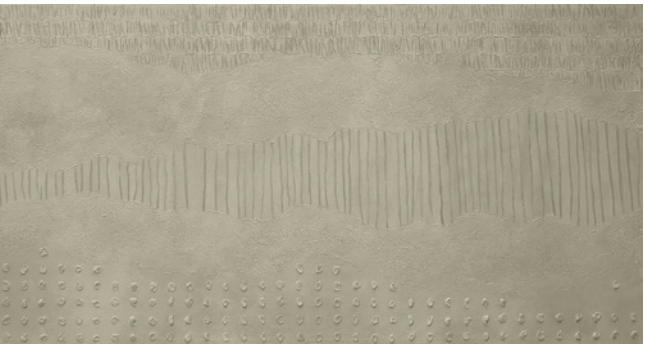
R. Creo que mi trabajo representa la unión de mis dos grandes pasiones: el arte y la arquitectura.
Ser arquitecta suele asociarse con la formalidad, la elegancia y una paleta de colores neutros, mientras que el arte visual se percibe como algo más libre, expresivo y colorido. Habitar ambos mundos ha sido profundamente enriquecedor, pues amplía mi forma de ver, sentir y crear.

P. En tu trabajo artístico, ¿qué te inspira o motiva a elegir los temas que decides pintar?

R. Actualmente me encuentro en un proceso de exploración creativa. La naturaleza ha sido siempre una fuente de inspiración constante, y ahora se combina con lo que he aprendido en la arquitectura: el uso de materiales, las texturas y la búsqueda de la elegancia.

P. ¿Cómo seleccionas la paleta de colores para cada obra y qué buscas transmitir con esas combinaciones cromáticas?

R. Mi entorno es una fuente constante de inspiración; creo que la naturaleza siempre ofrece paletas perfectas. Una simple caminata por el parque puede revelarme un sinfín de combinaciones. Cada obra que realizo puede ser muy distinta, pero en todas busco transmitir más que belleza e identidad a un espacio: intento generar calma, sosiego... un reflejo de lo que la naturaleza nos regala, llevado al interior.



"Maternidad Maya"
Técnica: Mixta sobre bastidor de tela
Medida: 80 cm x 160cm

P. ¿Qué mensaje le dejarías a jóvenes talentos que podrían inspirarse al conocer tus obras?
R. No tengan miedo el mostrar lo que hacen, y en cuanto antes mejor, no tienen que esperar el momento "perfecto" para hacerlo. Nunca sabes a quien puedes inspirar.

P. ¿Existe alguna frase favorita que podrías compartirnos?
R. "Creer es crear", quizá hoy suene cliché, pero es una frase que me ha acompañado durante años y ha guiado gran parte de mi camino. Para mí, creer en una idea, en una intuición o en uno mismo es el primer paso para materializar cualquier cosa.



"Fé"| Técnica: Mixta| Medida: 100 cm x 150cm

Paula Pérez & Belinda Chnaid

Reúna Creative Club | Diseño Boutique

@reuna.creativeclub



La creatividad no es un don reservado a unos pocos; es una memoria dormida que todos llevamos dentro. No surge del esfuerzo ni de la urgencia por ser distintos, sino del silencio, de la observación y del reencuentro con nosotros mismos.
Así nace el Método Reúna: una filosofía para regresar al centro creativo desde donde todo cobra sentido.
Reúna significa volver a unir. Es reunir fragmentos de intuición, curiosidad, errores y belleza hasta encontrar una forma propia de expresión. No se trata de forzar ideas, sino de permitir que se crucen. Porque la creatividad no aparece cuando se busca con ansiedad, sino cuando se escucha con atención.

El método propone tres movimientos simples:

Observar. Aprender a mirar otra vez. A detenerse en los detalles que normalmente se escapan: Los sabores en lo que comemos, los ritmos de las canciones que escuchamos, los suspiros entre los libros que leemos y las emociones que sentimos. La observación consciente es el primer paso para que algo despierte.

Conectar. Trazar puentes entre lo que parece inconexo. Vincular lo cotidiano con lo extraordinario. La magia está en descubrir que todo puede relacionarse y que las conexiones más genuinas suelen nacer de los contrastes más lejanos.

Sintetizar. Transformar la abundancia de ideas en una sola verdad visual, conceptual o emocional. Crear es elegir qué permanece.

El Método Reúna no promete inspiración instantánea. Invita a la pausa, al caos ordenado y al diálogo entre lo racional y lo sensorial. Es una forma de trabajar, pero también de vivir: más presente, más consciente, más humana.

Porque la creatividad no se inventa: se recuerda y se transforma.
Y en ese acto de recordar —de reunir lo que somos— surge la chispa que da forma a todo lo demás.

Reúna es nuestra forma de diseñar el mundo que imaginamos. Bienvenidx a nuestro mundo.

Roberto Mena

RM Diseño de interiores

@rm_disenointerior

RMDisenoDeInteriores

rmdisenodeinteriores.com

rm_disenointerior

Director Creativo y CEO de RM Diseño de Interiores fundó la firma con la misión de crear espacios que reflejen elegancia y lujo, ofreciendo diseños versátiles con garantía de calidad, tiempos y ejecución.

A pesar de su joven trayectoria, ha dirigido proyectos de alcance nacional para residencias, restaurantes y espacios del sector salud, destacándose por imprimir su sello en cada entrega. Su visión apuesta por la vanguardia y la formación constante, respaldada por estudios y capacitaciones en México y Brasil, asegurando que cada proyecto mantenga la esencia y excelencia que distingue a la firma.



P. ¿nos podrías contar un poco sobre la historia de RM Diseño de Interiores y cómo comenzaron en el mundo del interiorismo en Mérida?

R. Claro. Principalmente me empecé a desarrollar apenas egresé de la universidad básicamente, con proyectos pequeños, ¿no? Ya posterior a eso, empecé a desarrollarme tanto en la parte residencial y poco a poco fui creciendo en el ámbito ya comercial y de giro de salud.

P. ¿Cómo describirían el estilo o la filosofía de diseño que define a su firma?

R. Básicamente, RM no tiene un estilo definido porque se adapta básicamente a las necesidades de cada uno de los clientes. Es una firma multiestilo, nosotros nos adaptamos a lo que necesite cada proyecto. Cada proyecto es único y diferente y eso es lo que nos diferencia de otras de otras marcas o de otras agencias de diseño de interiores.

P. Nos interesa mucho saber, ¿cómo es su proceso de diseño desde el primer acercamiento con un cliente hasta la entrega final del proyecto?

R. Bueno, primeramente el cliente se acerca contándonos su historia y lo que busca en su proyecto. Nos interesa entender sus necesidades, sobre todo si es del sector comercial: qué hacen, qué productos venden, etcétera. Con esa información iniciamos el proceso creativo, hacemos una lluvia de ideas entre diseñadores y arquitectos y pasamos al levantamiento: planos, despieces y guías mecánicas. Después presentamos la propuesta al cliente, hacemos los ajustes necesarios y llegamos a la parte más bonita: la ejecución de la obra para entregar el proyecto final.





P. ¿Podrían compartir un proyecto del que se sientan especialmente orgullosos y explicarnos qué lo hizo tan especial?

R. Claro, el proyecto se llama Kingdom Shake, ubicado en Plaza Galerías. Lo desarrollamos desde la parte creativa hasta la ejecución de la obra. Enfrentarnos a trabajar en un restaurante dentro de un centro comercial, con horarios y reglas específicas, fue un gran aprendizaje para mí y para todo el equipo.

P. ¿Qué creen que diferenciaría a RM Diseño de Interiores y por qué sus clientes deberían elegirlos a ustedes?

R. Uno de sus diferenciadores más importantes es el servicio de posventa en la parte de garantías en ejecuciones de obras. ¿A qué me refiero con esto? El cliente no se tiene que preocupar absolutamente de nada. Más que nada, levanta el teléfono, dice cuál es el problema o qué pasó dentro de la obra y nosotros lo resolvemos. Básicamente es un servicio totalmente integral para nuestros clientes.

P. Finalmente, ¿cuál es la visión a futuro para RM Diseño de Interiores y qué les entusiasma en los próximos años?

R.Me entusiasma mucho el crecimiento de la empresa y el desarrollo profesional de cada colaborador. Cuando crecemos, lo hacemos juntos, avanzando en la misma dirección, con nuevos proyectos, clientes y retos que nos impulsan a seguir evolucionando. Eso es lo que más me emociona del futuro que imagino.

Roger Góngora y Fernando Morandi

Trasmuro



P. Antes de hablar de Trasmuro, cuéntanos un poco sobre ti: ¿qué experiencias personales o profesionales despertaron tu interés por contar historias a través de los espacios?

R. Trasmuro nació de la pasión compartida por la arquitectura, el interiorismo y la creación de contenido entre tres amigos: Fer, Diego y Roger. Todo comenzó cuando Fer, experto en producción, descubrió el carisma natural de Roger frente a la cámara. La pandemia nos dio el empujón final: con todos en casa, surgió el interés por mejorar nuestros espacios, y ahí supimos que tenía sentido crear contenido de inspiración para el hogar. Lanzamos el canal en enero de 2022 y, en apenas dos meses, acumulamos cientos de miles de vistas en YouTube.

P. ¿Qué historias o mensajes buscan transmitir cuando "narran" un espacio y cómo se refleja eso en su estilo visual?

R. Nos encanta contar historias que inspiren, revelar los secretos, procesos creativos y detalles que hacen único cada espacio. Nuestro estilo visual es sencillo, divertido y con un toque de humor, lo que permite que la información sea accesible tanto para expertos como para amantes del diseño. Convertimos el lenguaje técnico en contenido coloquial, convirtiéndonos en una fuente de inspiración y entretenimiento. Disfruto especialmente las sesiones con mayor producción, ya que trabajar con profesionales como diseñadores, modelos y maquillistas enriquece el resultado final, reflejando el valor y la experiencia de todo el equipo involucrado.





P. En su trayectoria creando contenido para redes, ¿cuál ha sido el mayor aprendizaje que se llevan de esta experiencia y cómo ha transformado su forma de trabajar?

R. Uno de los mayores aprendizajes ha sido comprender el "idioma" de cada plataforma. Cada red social tiene su propia forma de consumir contenido, y adaptar nuestro mensaje a cada una ha sido clave. Este acierto transformó por completo nuestra manera de trabajar.

P. Trasmuro se ha convertido en una marca con identidad propia. Como equipo, ¿de qué logro o aspecto de la marca se sienten especialmente orgullosos?

R. Nos enorgullece haber construido una comunidad que realmente disfruta y conecta con lo que hacemos. Nos motiva inspirar, sorprender y contar historias que las personas sientan cercanas.

P. ¿Qué consejo le darían a otros creativos que buscan destacar en la creación de contenido sobre espacios y arquitectura?

Muchos esperan a que todo esté "perfecto", pero la verdad es que eso nunca llega. Empieza con lo que tengas, aunque sea sencillo, y mejora sobre la marcha. Lo importante es ser constante y auténtico, porque eso conecta más que la perfección. Y no lo hagas solo: rodéate de personas que crean en lo que haces.

Carolina Guerrero

TISTA: ESTUDIO DE DISEÑO

@tista.mx

tista.mx



P. ¿Cómo nació la marca TISTA y de qué forma defines su estilo frente a otras propuestas de moda contemporánea?

R. Tista nació cuando todavía estaba en la universidad. En ese momento, me apasionaba tanto lo que estaba aprendiendo que sentí la necesidad de compartirlo. Al hacerlo, empecé a conectar con muchas personas que se identificaban con esa misma emoción por crear. Con el tiempo, Tista se convirtió en un espacio donde puedo expresar lo que siento y transformarlo en diseño. Siempre quiero transmitir algo real.

P. En tu proceso de diseño, ¿cómo combinas la inspiración emocional o conceptual con las necesidades reales de uso del cliente?

R. Para mí, el punto medio está en escuchar y empatizar. Primero me conecto con la esencia del cliente, con su historia y propósito, y luego dejo que las emociones y la cercanía hagan el resto. *"El diseño debe funcionar, pero también debe conmover. Por eso, combino lo emocional con lo funcional: creo desde lo que siento, pero siempre buscando que el resultado acompañe al cliente."*



P. ¿Qué consideras que distingue a TISTA dentro del mundo del diseño gráfico y cómo logras que cada pieza tenga un propósito más allá de lo estético?

R. Creo que lo que distingue a Tista es que cada pieza nace desde una emoción real. Desde el diseñar con intención. Diseño desde lo que quiero comunicar y hacer sentir. Para mí, el propósito del diseño es conectar, y cuando algo conecta, trasciende lo visual. Cada color, forma o textura tiene un motivo, una intención emocional. Eso hace que las piezas no solo se vean bien, sino que tengan alma.



P. En TISTA hablas de "crear te regresa a ti", un mensaje muy poderoso. ¿Podrías contarnos cómo surgió esa idea y qué representa para ti el acto de crear desde lo emocional?

R. "Crear te regresa a ti" nació de un proceso muy personal. Hubo un momento en el que crear se volvió mi manera de reencontrarme conmigo, con esa parte de mí que disfrutaba dibujar y expresarse sin miedo. Para mí, crear es una forma de volver al centro, de conectar con lo que realmente soy. Cuando creo desde lo emocional, no pienso en si algo va a gustar o no, sino en ser honesta conmigo misma.

P. Cuentas con una red social con más de 90 mil seguidores ¿Cómo transformas la experiencia de diseñar en un proceso que también inspira a otros a conectar contigo?

R. Honestamente no pienso en los números, pienso en las personas. Siempre intento que lo que comparto venga desde un lugar real, con lo que verdaderamente siento.Creo que la gente conecta con Tista porque se siente acompañada. Porque detrás de cada publicación hay una historia, una emoción, un proceso que también puede ser el suyo.

P. ¿Qué consejo le darías a los nuevos talentos del sector creativo?

R. Que se permitan disfrutar el proceso y no compararse. Crear no siempre tiene que venir desde la perfección, sino desde la verdad, desde lo que sentimos y creemos. Desde lo que somos. Cree en tu manera de ver el mundo, aunque sea distinta. Porque justo ahí, en lo que te hace diferente, está tu poder creativo!!!

Ana Pau

VLOGGER CREATIVA

@punchispauchis

pauacosta_a

Pau Acosta



P. ¿Qué te impulsó a abrir tu canal de YouTube cuando eras estudiante de diseño gráfico y qué esperabas lograr al compartir esa etapa de tu vida?

R. Crecí viendo YouTube, así que siempre me resultó natural consumir contenido con el que me sentía identificada o que compartía aspectos de mi vida diaria. Cuando entré a la carrera de diseño gráfico y buscaba videos para acompañarme mientras hacía tarea, me di cuenta de que, aunque había muchos bloggers universitarios, casi no existían creadores que mostraran su experiencia estudiando diseño.

Empecé a subir videos en 2018, muy de vez en cuando, sin una intención clara más allá de documentar, cuando subí un video de mi primer semestre, sorprendentemente le empezó a ir muy bien, la gente me pedía en los comentarios que hablara más de la carrera y eso me motivó a ser más constante, ahí me di cuenta que también habían personas que querían ver cómo es ser estudiante de diseño gráfico.

P. ¿Cómo es tu proceso para planear, grabar y editar el contenido que publicas actualmente sobre tu vida profesional?

R. Cuando hago vlogs semanales no suelo planear demasiado, simplemente grabo lo que me pasa, siendo consciente de los momentos clave del día que pueden ser interesantes para quien me ve: mi rutina de la mañana, el traslado al trabajo, algunos fragmentos en la oficina o el proceso con proyectos de mis clientes. Muy pocas veces hago videos más estructurados, como los que grabo sentada frente a la cámara.

Al momento de editar es donde hago mi magia y hago que todo se vea coherente y que la historia le haga sentido al espectador. Afortunadamente, después de tantos años, mis habilidades de edición han mejorado muchísimo, al igual que la comodidad que siento hablando directamente a la cámara.

P. Muchos videos reflejan momentos auténticos. ¿Qué papel juega la improvisación en tu estilo de creación y cómo logras mantenerlo fresco y genuino?

Casi nunca planeo los vlogs con un guión, solo dejo que las cosas pasen y trato de grabar los momentos que veo relevantes y se sienten reales. Claro que no es todo lo que vivo, yo solo muestro lo que quiero que vean que en su mayoría son momentos positivos. Creo que el canal se mantiene fresco porque mi vida está pasando por muchos cambios como nuevos proyectos y rutinas. Me gusta que los videos evolucionen conmigo, que sigan teniendo ese toque visual cuidado, pero que conserven la naturalidad y honestidad de mi vida diaria

> "El perfeccionismo está matando tu creatividad
>
> Como persona perfeccionista y ansiosa es algo que me tengo que repetir constantemente para no bloquearme.



P. Al estar ya en el ámbito laboral, ¿qué temas o experiencias te entusiasma abordar ahora para tu audiencia y cómo planeas evolucionar tu canal?

R. Me emociona mucho hablar del bloqueo creativo y el burnout, son cosas que no me daba tiempo de sentir en la universidad porque a cada rato tenía que entregar muchas cosas. En general quiero mostrar un lado más tranquilo del diseño y las cosas nuevas que uno aprende cuando se mete a trabajar.

Espero que esto también abra puertas para muchos proyectos personales como ilustradora.

P. ¿Qué mensaje o recomendación le darías a estudiantes, creativos emergentes y seguidores que quieren documentar su propio camino en el diseño y crecer como creadores de contenido?

R. Les diría que sólo empiecen, no importa si no tienen la mejor cámara del mundo o si no tienen una idea súper innovadora para su contenido, lo importante es empezar aún teniendo miedo. Cada quien tiene su propio ritmo y su forma de crear. Lo importante es disfrutar lo que haces, conectar con quienes ven tu trabajo y seguir aprendiendo en el camino, realmente hay un público para TODO.

Ana Cardeña

AnVe

Licenciada en Diseño de Moda e Innovación, con una maestría en Gestión Cultural y un minor en Producción Cinematográfica y Audiovisual. Cuento con tres años de experiencia en el mundo editorial de la moda, además de un año como fundadora y directora de la marca AnVe. Mi objetivo es crear, experimentar y disfrutar cada parte del proceso creativo.



@anve.official.mx ANVE.Official.Mx anve.official





P. ¿Cómo describirías la esencia de AnVe y qué elementos visuales o conceptuales definen el estilo que has construido como diseñadora?
R. Mi estilo es creativo y busca experimentar con diferentes texturas, formas, patrones y diseños. Mi principal objetivo es el autoaprendizaje y el crecimiento personal, elementos que se reflejan en el desarrollo de mi marca.

P. Cuando comienzas un proyecto o colaboración, ¿por dónde inicia tu proceso creativo y cómo equilibras la experimentación con la identidad de tu marca?
Me gusta observar mi entorno y a mí misma, analizar lo que veo y pensar en lo que me gustaría ver. Muchas veces, todo parte de tener visión: al ver una tela en una tienda, me surge el pensamiento de "¿qué tal si...?". Considero que la identidad de mi marca está profundamente ligada a la experimentación.

P. En tus piezas se nota una atención al detalle y a la forma. ¿Qué papel juegan los materiales, las texturas y la narrativa detrás de cada diseño en la experiencia que buscas transmitir?
R. Los materiales son mi principal fuente de inspiración y lo que más me motiva a crear. Sin embargo, busco mantener un equilibrio en cada prenda, eligiendo un punto de enfoque específico, ya sea el material, la textura o la forma para experimentar y destacar.

P. ¿Qué consideras que distingue a AnVe dentro de la industria de la moda mexicana y cómo logras que cada prenda refleje ese valor único?
R. Cada prenda de la marca lleva un fragmento de mi esencia. No hay nada más único que la autenticidad que se imprime al crear, y en mi caso, eso se refleja en las ganas constantes de experimentar y seguir creciendo profesionalmente. Además, cuando el proyecto lo permite, busco integrar a mis clientes en alguna parte del proceso creativo, siempre con la intención de que su esencia también forme parte de la prenda final.

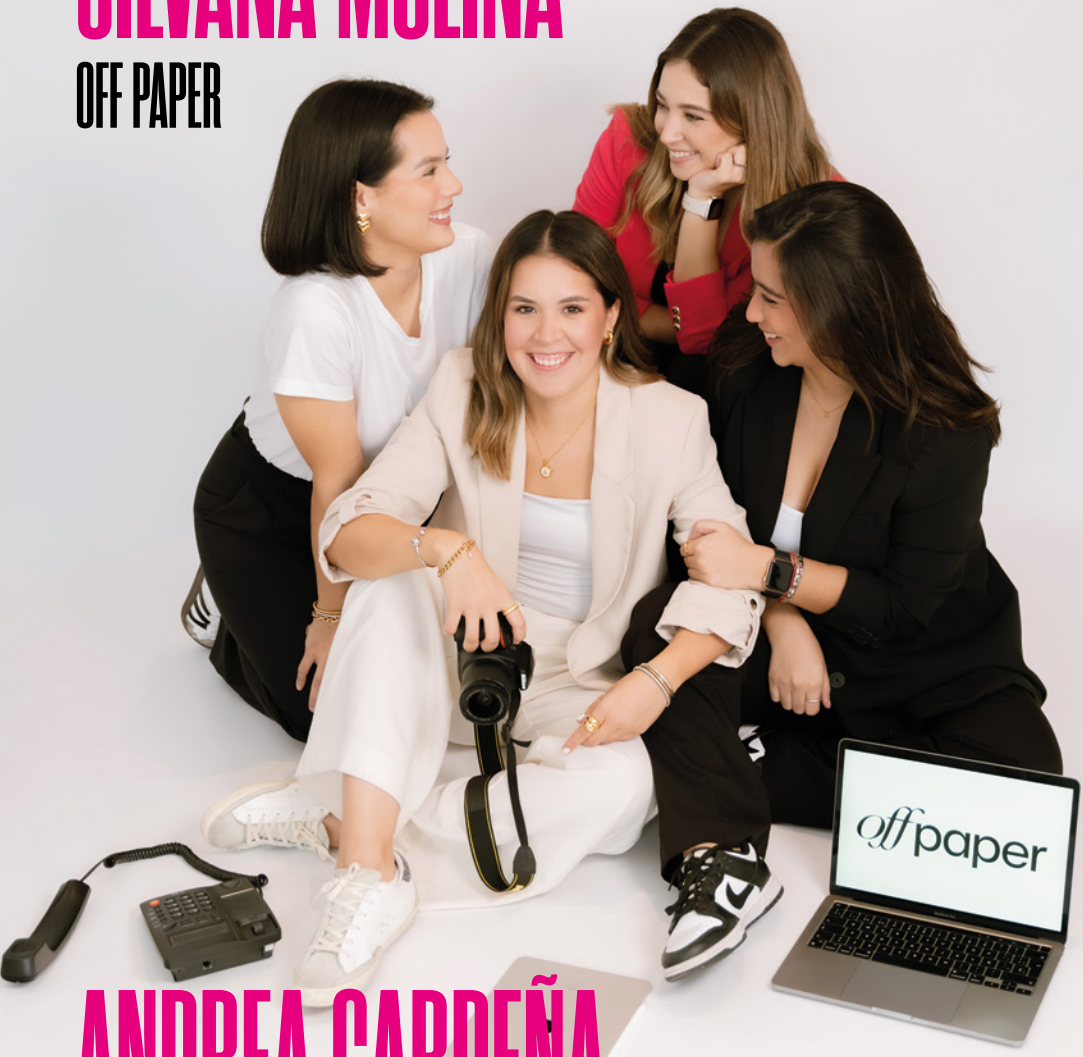
P. En tu experiencia profesional ¿Qué es lo que más disfrutas de tu trabajo como diseñadora?
R. Disfruto profundamente elegir los textiles y diseñar lo que voy a crear. Por más complicado que sea el proceso, ver el resultado final siempre vale completamente la pena.

P. ¿Qué consejo le darías a los jóvenes creativos que están construyendo su propio camino y buscan encontrar una voz auténtica dentro del mundo de la moda?
R. Que no se dejen llevar por los miedos o la pena; que se animen a explorar su creatividad.

"No está mal empezar con pasos pequeños: la constancia es clave para seguir creciendo.

DEBORAH LABORDE
SILVANA MOLINA

OFF PAPER



ANDREA CARDEÑA
FERNANDA OCAMPO

Offpaper es un estudio creativo fundado por cuatro amigas y diseñadoras gráficas que comparten una misma visión: transformar ideas en experiencias visuales con propósito.

Una mezcla de estilos, personalidades e ideas que encuentran su mejor versión cuando se unen. La diversidad es la clave para crear algo especial. Damos forma, vida y dirección a esos destellos que comienzan en tu mente.

Nuestro trabajo combina estrategia, diseño y sensibilidad estética para construir marcas que conectan con las personas. En Offpaper desarrollamos proyectos de branding, redes sociales, ilustración, papelería corporativa y de eventos, marketing, fotografía y video, cuidando cada detalle desde el concepto hasta la ejecución.



> “Creemos en la colaboración, en los procesos genuinos y en el poder de las historias bien contadas del papel a la realidad.”

P.¿Cuál fue el origen de Off Paper y qué visión compartida tenían al fundar entre las cuatro diseñadoras?

R. Todo comenzó al salir de la carrera. Éramos buenas amigas y, aunque cada una trabajaba en su propio camino dentro del mismo rubro, compartimos una misma pasión.

Solíamos reunirnos para trabajar juntas, intercambiar ideas y apoyarnos mutuamente en nuestros proyectos. Fue en una de esas sesiones creativas cuando surgió la idea de crear Offpaper, como una extensión natural de nuestra amistad, nuestra visión compartida y las ganas de crear algo propio.

Nuestra visión siempre estuvo enfocada en crear juntas. No solo proyectos, sino también un espacio en donde podamos unir nuestras ideas, estilos y talentos. Queríamos construir un estudio que reflejara nuestra forma de ver el diseño.

P. En un mundo donde todos dicen construir marcas, ¿qué hace que una marca “hecha por Off Paper” se sienta diferente?

R. Lo que hace diferente a una marca hecha por Off Paper es la mezcla entre la visión del cliente y nuestra mirada creativa. Escuchamos, comprendemos y cocreamos, dejando siempre un toque personal que convierte cada proyecto en algo único.

P. ¿Cómo logran alinear las ideas de cuatro mentes creativas hacia un mismo objetivo en cada proyecto?

R. Tener cuatro mentes creativas es una gran ventaja. Cuando empezamos un proyecto, nos reunimos a soltar ideas, a rebotarlas entre nosotras y a ver hasta dónde pueden llegar.

Cada una tiene una forma distinta de ver las cosas, y eso en lugar de complicar, enriquece muchísimo el proceso. Vamos complementando las ideas de la otra, afinando detalles, construyendo juntas, hasta que todo encaja y se siente como una sola visión.

P. ¿Cómo integran la producción de contenido digital con el trabajo de branding para que exista coherencia visual y de mensaje?
R. Nos gusta ver el contenido digital como la extensión natural del branding. Primero construimos una base sólida, definimos lineamientos visuales y de comunicación claros, y después trasladamos todo eso a las plataformas digitales de manera orgánica. Cada publicación, cada imagen y cada palabra tienen un propósito: mantener viva la esencia de la marca.

P. ¿Qué consejo le darían a las nuevas generaciones de creativos que planean asociarse?
R. Asociarse va más allá de compartir un proyecto: es compartir visiones, procesos y muchas decisiones. Hablen de todo desde el principio, definan cómo quieren trabajar y, sobre todo, mantengan la apertura para escuchar y crecer juntos. Las diferencias no tienen que ser un obstáculo; bien aprovechadas, pueden ser su mayor fortaleza.



"Lo más importante es la confianza y la comunicación"

@offpaper.mx

offpaper



Andrea Nevárez

Mercadóloga, Realtor y creadora de contenido.

Workaholic de confianza, no tu típica realtor, creadora de contenido y mercadóloga. Mi pasión por las redes sociales como una herramienta de trabajo me ha llevado a conocer clientes increíbles y, junto con mi agencia de contenido, a impulsar marcas a través de su comunicación en el mundo digital.

Me encanta encontrar buenos productos inmobiliarios y más de una vez me ha tocado decir que no a promover productos que no brindan la calidad y certeza que me gusta asegurarle a mis clientes.

De la mano de Fivt, hemos innovado el contenido de *real estate* en Mérida, atreviéndonos a hacer las cosas diferentes y a dar un trato al cliente como pocos saben.

En mis redes sociales me gusta compartirte mi día día, batallas personales, herramientas, motivación y por supuesto inversiones.

Sígueme en: @andreanevarezm y suscríbete a mi news letter “The A List” para contenido cool de real estate y lifestyle en Mérida.

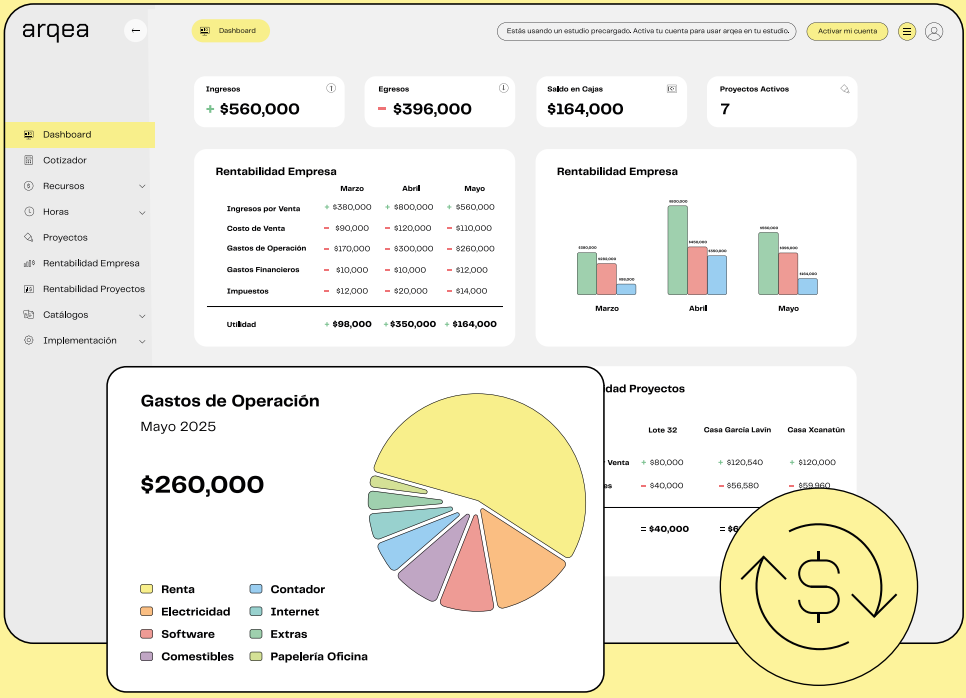


@andreanevarezm

arqea®

El software financiero para arquitectos.

ARQEA es el **software financiero** creado para arquitectos. **Cotiza** con certeza, **administra** tus proyectos y haz más **rentable** tu Estudio.



Toma el control de tu Estudio hoy.
Cobra con certeza. Administra con claridad.

@arqea.mx
/arqeamx
@arqeamx

Conoce más en:
arqea.mx

contacto@arqea.mx

¿Sabías que puedes empezar con Guatson desde $399 al mes?

Sin filas / Sin miedo al SAT / Sin errores

Personas físicas desde $399

Personas Morales desde $950

Todo incluido

Facturación, declaraciones, soporte con contadores expertos, línea de pago de impuestos y más.



Julio Lara

Entrega Especial

Creatividad que deja huella

En un mercado donde la competencia es cada vez más intensa, destacar se vuelve un arte. Y eso es precisamente lo que hace Entrega Especial, una empresa meridana que ha logrado transformar los artículos promocionales en verdaderas piezas de comunicación creativa.

El cofundador Julio César Lara Ruiz, mejor conocido como "Tulio" en el medio, comparte con entusiasmo el espíritu que mueve a su marca: "Nuestro principal móvil es impactar al cliente final, ofrecer productos innovadores o con personalización única. No queremos hacer más de lo mismo, queremos crear experiencias que generen conexión".

De la idea al impacto

Aunque la marca tiene poco tiempo en el mercado, su equipo reúne más de 15 años de experiencia en el ramo publicitario y creativo. Tulio y sus socios han trabajado en el desarrollo de conceptos originales para clientes que buscan ejecutar ideas con propósito, estilo y estrategia.

"Nacimos de la necesidad de ofrecer propuestas diferentes. En Mérida hay un mercado muy diverso, pero muchas veces se cae en lo repetitivo. Nosotros apostamos por la creatividad aplicada, esa que logra que un producto sencillo se convierta en algo memorable", comenta.

Esa visión los ha llevado a trabajar con tecnología de punta: Láser CO_2, Láser de fibra, DTF, DTF UV, serigrafía y hasta impresión 3D. Con estas herramientas logran personalizaciones precisas, atractivas y funcionales, adaptadas a cada marca, evento o campaña.

@especialentrega

Entrega Especial MID

entregaespecial.bio.link



Entrega Especial
Design, Handmade & Special Gifts



Funcionalidad con propósito

En Entrega Especial no se trata solo de "regalar cosas". Su filosofía combina la funcionalidad con la creatividad, asegurándose de que cada artículo genere un retorno real de inversión. "Siempre proponemos productos que la gente quiera conservar, usar y presumir. Lo ideal es que cuando alguien reciba uno de tus artículos, pregunte: ¿Dónde hiciste tus promocionales?".

Además, ofrecen una asesoría personalizada para cada cliente, analizando el tipo de evento, el público, el presupuesto y las técnicas de impresión más adecuadas para garantizar un resultado óptimo.

Desde un lanzamiento de marca hasta una convención empresarial, cada detalle cuenta.

Mirando hacia adelante

Más que una empresa de artículos promocionales, Entrega Especial es una plataforma de ideas tangibles. Con cada grabado, impresión o empaque, Tulio y su equipo refuerzan su compromiso de crear productos que comuniquen, sorprendan y permanezcan.

"Lo que más nos inspira es ver cómo una idea se convierte en algo que emociona y conecta. Esa es nuestra mayor satisfacción", concluye.

Y como buen creativo, Tulio deja una frase que refleja su visión:

"El poder no se determina por tu tamaño, sino por el tamaño de tu corazón y tus sueños." – Monkey D. Luffy




ESTUDIO
MANGLAR
ESTUDIO EN RENTA
EL ESPACIO HECHO POR CREADORES, PARA CREADORES
RENTA POR HORAS CON EQUIPO INCLUÍDO.
TE DAMOS EL ESPACIO, EL EQUIPO Y LA LIBERTAD CREATIVA PARA HACER TU PROYECTO REALIDAD.
AGENDA TU SESIÓN
@ESTUDIOMANGLARMX
T. 999 654 4336
C. 21 DIAG. 369 LOS PINOS, MÉRIDA YUC.

IMPRESIÓN QUE DEJA HUELLA



SUCURSAL AKROPOLIS
Plaza Akropolis locales 45, al 51,
calle 61 #400 Secc 33 mzn 108
Fraccionamiento las Americas
Tel. 999 357 7831

SUCURSAL ODARA
Plaza Odara Av. Yucatán
con Av. Vasconcelos
calle 34, La florida, C.P. 97138,
Tel. 999 275 94 54

SUCURSAL CAUCEL
Plaza Royal Caucel, Local 14
Tel. 999 335 70 20

SUCURSAL BOULEVARES
Plaza Boulevares
Av. García Lavín
y Cámara de Comercio
Tel. 999 383 83 22

SUCURSAL FCO. DE MONTEJO
Calle 50 por 53-F,
Fracc. Francisco de Montejo
Tel. 999 324 35 75

megaprint
Impresión Digital

@megaprint.mx



Tigre Blanco evoluciona con una nueva propuesta del

CHEF MIGUEL SONG

formado en Belmond Maroma, Azulik Tulum y Banyan Tree Mayakoba.

Alta cocina asiática con una mirada contemporánea, donde el fuego, la técnica y la emoción se fusionan en cada plato.

DESCUBRE LA NUEVA ERA GASTRONÓMICA DE

Tigre Blanco

RESERVACIONES

Plaza City 32 | @tigreblanco_mx