

DANIEL GÓNGORA

Exponente Creativo®

Ejemplar gratuito.


BREAKERS®
CLARIDAD EN MEDIO DEL RUIDO
QUANTUM
DONDE LA PRODUCCIÓN DEJA DE SER CONTENIDO
Y SE CONVIERTE EN ESTRATEGIA.

BREAKERS®

NO TE FALTA PRODUCTO.
TE FALTA UN LANZAMIENTO
CAPAZ DE MOVERLO.

QUANTUM es la metodología de **BREAKERS®** para convertir desarrollos, marcas y productos en lanzamientos que generan atención, demanda y ventas reales.

+2k | Propiedades vendidas

+5k | Apartados generados

450 hrs | de lanzamientos en vivo

NO PRODUCIMOS VIDEOS.
PRODUCIMOS MOMENTOS QUE PUEDEN
CAMBIAR LA VELOCIDAD DE TU NEGOCIO.



¿QUÉ PODRÍA PASAR EN TU PRÓXIMO LANZAMIENTO?

HABLEMOS.

@breakersfilms

MÉRIDA
YUCATÁN





RENTA
POR HORA

PRODUCCIONES
FOTO Y VIDEO
PODCAST





RENTA DE ESTUDIO FOTOGRÁFICO
@ESTUDIO247MID
999-155-5361

E2
47

ESTUDIO **247**

DIRECTOR GENERAL
MAURICIO FLOTA

DIRECTOR COMERCIAL
REGINA VELASCO

REDACCIÓN Y ENTREVISTAS
EXPONENTE CREATIVO

FOTOGRAFÍA EN PORTADA
RICARDO TORRES

SOCIAL MEDIA
ANDREA IBÁÑEZ
FÁTIMA JIMÉNEZ

DISEÑO EDITORIAL
MAURICIO FLOTA
ANDREA IBÁÑEZ
FÁTIMA JIMÉNEZ

Contacto
editorial@ecreativo.mx

BIENVENIDOS

En cada edición hay algo nuevo por descubrir: una historia, una idea, una perspectiva o una forma distinta de hacer las cosas. Esta vez reunimos a personas con talentos, experiencias y proyectos diversos, que desde su propio camino forman parte de nuestra comunidad creativa.

Queremos que estas páginas sean una invitación a mirar con curiosidad, conocer otras maneras de pensar y encontrar inspiración en lo que otros hacen. Porque cuando compartimos nuestras ideas y nos acercamos a nuevas perspectivas, también encontramos nuevas formas de crear.

Esta cuarta edición es también un reflejo de todo lo que sucede cuando nos damos la oportunidad de conectar. Detrás de cada encuentro y cada colaboración hay una posibilidad de aprender, intercambiar ideas y descubrir intereses en común. Nos emociona seguir creando este espacio para reunir distintas voces, acercarnos a nuevas propuestas y reconocer el valor que cada persona aporta desde su propia experiencia.

Gracias por acompañarnos una vez más y por seguir descubriendo con nosotros todo lo que tiene para ofrecer nuestra comunidad. Esperamos que disfrutes este recorrido y que encuentres algo que te haga detenerte, descubrir o imaginar.

Bienvenido a Exponente Creativo.

ENCUÉNTRANOS EN:

EXPONENTE CREATIVO. AÑO 1, NÚMERO 4, OCTUBRE 2026

Con primera edición en noviembre 2025. Es una revista trimestral. 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 representan la postura de los editores y la editorial; es responsabilidad de los mismos. Prohibida su reproducción parcial o total. Impresa por Printz Community con domicilio en San Antonio Cocul, C.P. 97116, Mérida, Yucatán

E2
47

ESTUDIO 247



RENTA
POR HORA



PRODUCCIONES
FOTO Y VIDEO
PODCAST

RENTA DE ESTUDIO FOTOGRÁFICO



@ESTUDIO247MID



999-155-5361





MÉRIDA
YUCATÁN

LineUp

Daniel Góngora 10 En portada
Diez Real Projects

Josh Palma 14
Breakers Films

Elizabeth Michel y Rogelio Alvarado 16
No Hagamos Ruido

Telma Regina García y Barrera 18
Ella y su Historia

Andrea Hernández y Diego Gual 21
Dieformah

Fátima Jiménez y Andrea Ibáñez 24
Niufems Studio

Luis Miguel Godínez 26
Parel Solutions /
No Haggamos Ruido

Graciela Reyes 28
Miss Textiles / Reygra

Mariana Ceballos 29
Aurora Co.

Chakolab 30
Chakolab México

Arantza Manzanilla D. 33
Ariiisxx

Rodrigo Espinosa y Alejandro Castilla 34
Indie Fest Yucatán

Diana Castillo 36
Di-Art

Luis Omar 38
Creatibrix

Rafael Gómez Chi 40
Crónicas Delirantes
El cronista Yucatán

Cati Consli 42
Cati Consli
Soft Glam Specialist

Regina Dávila 43
Magenta Studio

María José Núñez Díaz 44
Arquitecta, historiadora
de arte y artista visual

Montse Cortes 46
Jinx Studio Nails

Alberto Arceo 48
Torrente

Kendra Acevedo 49
Modelo y
Creadora de Contenido

Valentina Baeza 50
Gelatinas Borboleta

Daniela Pech 51
Taza 48

Brenda Ruiz y Martín Ruiz 52
Teenmodel /
Teen Earth Yucatán

Marifer Chacón 53
Fotografía

Tu nombre puede estar aquí
Exponente Creativo

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

Exponente Creativo
Exponente Creativo
@e_creativo.mx
Exponente Creativo
@e_creativo.mx

17 DE OCTUBRE | 5:00 PM | CLUB DE LEONES AV COLÓN| MÉRIDA YUCATÁN



Editorial

Llegar a nuestra cuarta edición nos invita a seguir haciendo lo que nos mueve desde el principio: descubrir y compartir las historias, ideas y proyectos que forman parte de nuestra comunidad creativa.

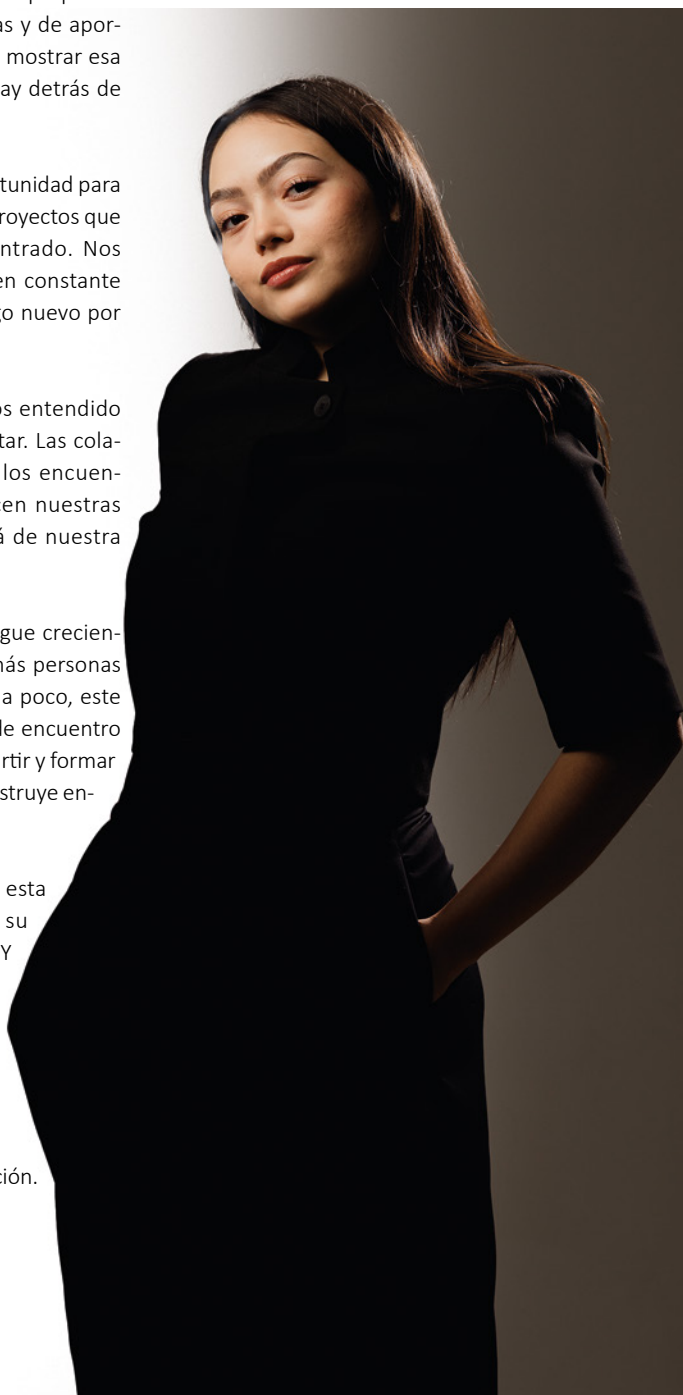
En estas páginas reunimos distintas perspectivas, talentos y formas de entender la creatividad. Cada persona tiene una manera propia de expresarse, de desarrollar sus ideas y de aportar algo a su entorno. Nos interesa mostrar esa diversidad y acercarnos a lo que hay detrás de cada trabajo.

Esta edición también es una oportunidad para conocer nuevas voces y descubrir proyectos que quizá todavía no habíamos encontrado. Nos recuerda que la creatividad está en constante movimiento y que siempre hay algo nuevo por aprender, explorar y compartir.

A lo largo de este camino hemos entendido que crear también significa conectar. Las colaboraciones, las conversaciones y los encuentros con otras personas enriquecen nuestras ideas y nos permiten ver más allá de nuestra propia perspectiva.

Ver cómo Exponente Creativo sigue creciendo y cómo cada edición reúne a más personas es algo que nos entusiasma. Poco a poco, este espacio se convierte en un punto de encuentro para quienes disfrutan crear, compartir y formar parte de una comunidad que se construye entre todos.

Gracias a quienes participan en esta edición y nos permiten conocer su trabajo, sus ideas y sus historias. Y gracias también a quienes nos leen y nos acompañan en este proyecto.



Bienvenidos a nuestra cuarta edición.
Regina Velasco.


Veta de Teca
LÍNEAS CON HISTORIA

PIEZAS ÚNICAS

Cada veta, nudo, marca y variación natural cuenta una historia propia. No hay dos piezas iguales: cada mueble conserva un detalle auténtico e irrepetible.

Veta de Teca

LÍNEAS CON HISTORIA







@vetadeteca - Instagram y Facebook
WhatsApp: 999 910 2817

Daniel Góngora

ARQUITECTO FUNDADOR DE DIEZ REAL PROJECTS

Fotografías por: Ricardo Torres

Soy arquitecto y fundador de DIEZ Real Projects, un despacho enfocado en arquitectura y construcción. Mi manera de entender la arquitectura parte de una idea que con los años se ha vuelto cada vez más importante para mí: la arquitectura no se trata únicamente de diseñar espacios, sino de entender lo que sucede alrededor de ellos.

Cada proyecto tiene una historia, un contexto, unas condiciones particulares y personas que van a relacionarse con él de alguna manera. Por eso, antes de pensar en una forma, nos interesa observar, escuchar y comprender.

A lo largo de los años he buscado construir una práctica que no se quede únicamente en la idea o en el diseño, sino que sea capaz de llevar los proyectos hasta su materialización. Ese proceso me ha enseñado que hacer arquitectura también implica dirigir, escuchar, resolver, aprender de los errores y asumir la responsabilidad de cada decisión.

Hoy entiendo DIEZ como una forma de hacer arquitectura en la que buscamos que el diseño y la construcción tengan congruencia, pero también que exista sensibilidad hacia las personas, el lugar y el momento en el que intervenimos.

> “Que el crecimiento nunca nos haga olvidar para quién hacemos arquitectura.”

Experiencia como creativo:

Cuando empiezas a trabajar entiendes que una decisión de diseño no termina en un plano o en un render. Tiene consecuencias económicas, técnicas, constructivas, ambientales y humanas.

Pero también ha sido fundamental aprender a escuchar. Con cada proyecto he entendido que el cliente, el usuario, el sitio y las circunstancias tienen información que no siempre aparece en un programa arquitectónico. Parte de nuestro trabajo consiste en descubrirla.

Eso ha hecho que hoy me interese menos demostrar lo que yo sé como arquitecto y mucho más entender qué necesita realmente el proyecto para convertirse en una buena respuesta.

Creo que esa forma de ver la profesión también me ha llevado a sensibilizar más nuestro quehacer: observar antes de intervenir, cuestionar antes de decidir y entender que cada proyecto tiene condiciones que lo hacen único.

La Arquitectura: un medio para expresar mi manera de entender los espacios.

Con el tiempo entendí que lo que realmente me atraía de la arquitectura no era solamente diseñar espacios, sino entender cómo esos espacios pueden influir en la manera en que vivimos, trabajamos, convivimos y nos relacionamos con nuestro entorno.

La arquitectura tiene algo que pocas disciplinas tienen: una idea puede convertirse en algo físico que modifica nuestra experiencia cotidiana.

Eso me hizo entender que detrás de cada proyecto hay mucho más que metros cuadrados, materiales o una imagen. Hay personas, actividades, emociones, necesidades, circunstancias y un contexto que debemos comprender.

Ahí es donde empecé a encontrar mi manera de ejercer la arquitectura.



DIEZ REAL PROJECTS DENTRO DE LA ARQUITECTURA

LA VISIÓN DE DANIEL GÓNGORA.

Creo que nuestra visión parte de algo muy sencillo: la arquitectura debe estar al servicio de las personas, pero también debe responder al lugar y a sus circunstancias. Nos interesa que cada proyecto tenga una propuesta arquitectónica clara, pero que esa propuesta sea consecuencia de haber entendido realmente lo que estamos haciendo.

Consideramos factores como el contexto, el clima, la orientación, la escala, la materialidad, la funcionalidad, el presupuesto, la forma en que será utilizado y, por supuesto, las personas que van a relacionarse con el espacio.

Para nosotros, sensibilizar el quehacer arquitectónico significa precisamente eso: no diseñar de manera aislada, sino ser conscientes de todo lo que existe alrededor de una decisión arquitectónica.

Los principios que dan identidad a tus proyectos

Busco que permanezca la intención. Que cada decisión tenga una razón y que el proyecto sea consecuencia de entender al cliente, al usuario, al lugar y las condiciones particulares que lo rodean.

Me interesan mucho la luz, la proporción, los materiales, la escala, la relación con el contexto y la manera en que las personas recorren y utilizan un espacio.

Pero también me interesan cosas menos evidentes: cómo se siente un lugar al llegar, cómo cambia durante el día, qué relación establece con su entorno, cómo envejecen sus materiales o qué tan natural resulta apropiarse de él.

Quiero que nuestros proyectos tengan una razón detrás de cada decisión. Que la forma no sea solamente consecuencia de una búsqueda estética, sino de todas las condiciones que intervienen en el proyecto.

También busco congruencia entre lo que pensamos, lo que dibujamos y lo que finalmente construimos.

Para mí, la arquitectura empieza con una idea, pero se completa cuando esa idea logra responder de manera sensible a una realidad.

LA HONESTIDAD, LA FUNCIONALIDAD Y LA SENSIBILIDAD.



Estoy en una etapa en la que me interesa que DIEZ crezca, pero sin perder la razón por la que empezamos.

Me interesan proyectos cada vez más completos y ambiciosos, pero también proyectos que nos permitan explorar distintas escalas y formas de relacionarnos con la arquitectura.

Quiero que nuestra práctica evolucione hacia una arquitectura cada vez más consciente: consciente del lugar, de los recursos, de la manera en que se construye, de cómo se utiliza y de las personas que finalmente van a vivir esa experiencia.

También quiero que diseño y construcción estén cada vez más conectados.

No quiero que el crecimiento signifique únicamente hacer proyectos más grandes. Quiero que signifique tener la capacidad de hacer mejor arquitectura, con mayor sensibilidad y con mayor responsabilidad.

> “Creo que la identidad de un proyecto no necesariamente viene de que sea diferente o llamativo. Puede venir de que todas sus decisiones tengan sentido.”

Antes de diseñar, necesitamos observar y escuchar.

Queremos entender quién va a utilizar el espacio, qué actividades sucederán ahí, cuáles son sus necesidades y qué expectativas existen alrededor del proyecto.

Después analizamos el lugar: su contexto, orientación, clima, vegetación, vistas, escala, condiciones urbanas y todas aquellas características que puedan influir en la propuesta.

También existen factores muy concretos que debemos considerar: presupuesto, tiempos, sistemas constructivos, mantenimiento y viabilidad. Todo eso forma parte del diseño.

No creemos que exista una fórmula universal para hacer arquitectura. Cada proyecto tiene una conversación diferente entre las personas, el lugar y las condiciones que lo hacen posible.

¿Cómo equilibrar la visión como arquitecto entre las necesidades y las expectativas de quien utiliza el espacio?

Escuchando mucho y entendiendo que el arquitecto no diseña para sí mismo.

Creo que nuestra responsabilidad es aportar una visión y conocimiento que quizá el cliente no tiene, pero al mismo tiempo debemos ser capaces de interpretar lo que realmente necesita.

No se trata de hacer exactamente lo que el cliente pide ni de imponer nuestra visión. Se trata de encontrar una respuesta donde las necesidades, expectativas y personalidad de quien utilizará el espacio puedan convivir con una propuesta arquitectónica clara.

Ahí es donde creo que aparece la sensibilidad: en encontrar el equilibrio entre lo que queremos proponer y lo que realmente necesita el proyecto.

Nuestra filosofía de crecimiento y de hacer arquitectura.

Que el crecimiento nunca nos haga olvidar para quién hacemos arquitectura.

Porque detrás de cada proyecto hay personas que depositan en nosotros algo mucho más importante que un presupuesto: su confianza, sus expectativas y una parte de su vida.

Y creo que mientras más crece un despacho, más importante se vuelve recordar eso.

Para mí, sensibilizar el quehacer arquitectónico significa justamente no perder de vista esa dimensión humana: entender que cada proyecto transforma un lugar, pero también puede transformar la experiencia de quienes lo habitan, lo utilizan o simplemente lo recorren.

Esa es la arquitectura que me interesa hacer.



Josh Palma

Breakers Films

@breakersfilms
@soyjoshpalma

Una buena producción de marca personal no debería fabricar un personaje. Debería hacer lo contrario:

> “ Encontrar aquello que ya existe en la persona y hacerlo visible. ”



Soy director creativo, filmmaker y fundador de Breakers Films, una casa productora nacida en Mérida, Yucatán. Mi relación con lo audiovisual comenzó desde niño, entre cámaras, música y una necesidad constante de crear y documentar lo que sucedía a mi alrededor.

Con el tiempo, la producción de contenido evolucionó hacia proyectos más amplios. Hoy desarrollamos producciones audiovisuales, campañas, podcasts, lanzamientos, eventos y transmisiones en vivo para empresas, marcas y proyectos de distintos sectores.

Hemos colaborado con marcas como TROBBU, MetLife, HH Global y Marvel LATAM, experiencia que nos ha enseñado a entender primero la historia antes de decidir cómo contarla.

Actualmente, mi trabajo se enfoca en la dirección creativa, la estrategia y la construcción de equipos para transformar ideas e historias en experiencias capaces de cambiar la percepción de una audiencia.

P. En la industria audiovisual suele existir una brecha entre la creación estética y los resultados comerciales tangibles. ¿Qué momento o aprendizaje en tu trayectoria personal aparece Breakers Films?

R. Creo que Breakers nació cuando entendí que hacer algo bonito no necesariamente significa comunicar bien.

Llegué a lo audiovisual casi por accidente. Durante la pandemia perdí mi trabajo y, mientras buscaba nuevas oportunidades, un pastor me pidió ayuda para transmitir sus prédicas. Ese favor terminó convirtiéndose en transmisiones, webinars, lanzamientos y nuevas producciones.

Mientras intentaba vender terrenos, mis compañeros hablaban más de mis videos que de mis ventas. Uno de ellos me hizo pensar qué pasaría si les dedicaba el 100% de mi tiempo. Terminó convirtiéndose en mi primer cliente.

Ahí entendí que las cámaras no eran lo importante, sino el cambio que podían provocar. Hoy esa idea sigue guiando nuestro trabajo: no solo buscamos que algo se vea bien, sino que logre hacer sentir, recordar o actuar a quien lo ve.

P. ¿Cómo mantienes una identidad visual coherente al trabajar entre producciones técnicas y tomas más libres de paisajes, arquitectura y viajes?

R. Para mí, identidad visual no significa que todos los proyectos deban verse iguales. Cada marca tiene un ADN distinto y cada historia necesita su propio lenguaje.

Lo que sí permanece es la intención detrás de cada decisión. Antes de pensar en lentes, cámara o iluminación, buscamos entender qué queremos que experimente quien vea la pieza.

En estudio puedes controlar casi todo; en exteriores tienes que reaccionar a lo que el espacio te ofrece. Son procesos distintos, pero ambos parten del mismo principio en Breakers: primero escuchamos y después encendemos la cámara.

Ahí está nuestra coherencia: no en repetir una fórmula visual, sino en procurar que nada esté ahí solamente porque se ve bonito.

P. Cuéntanos qué es lo que más disfrutas de tus producciones.

R. Me encanta cuando algo que solo existía en nuestra cabeza de pronto sucede frente a nosotros. Una producción tiene algo de caos controlado: puedes planear mucho, pero siempre surge algo inesperado que resolver o aprovechar.

También disfruto dirigir equipos. Muchas veces mi trabajo consiste en observar, escuchar, tomar decisiones y crear las condiciones para que cada persona haga extraordinariamente bien su parte.

Y quizá lo que más disfruto es cuando el trabajo llega a la audiencia. Cuando un cliente dice: "eso era exactamente lo que quería comunicar, pero no sabía cómo decirlo", recuerdo por qué hacemos esto.

> "Creo que el futuro audiovisual no necesariamente estará en hacer videos cada vez más espectaculares. Probablemente estará en construir experiencias cada vez más personales, participativas y memorables."

P. ¿Cómo es el proceso creativo?

R. Nuestro proceso comienza entendiendo qué queremos decir, a quién y qué queremos que suceda después.

Muchas empresas intentan comunicar demasiado al mismo tiempo. Nuestro trabajo es encontrar la historia detrás de toda esa información.

Esto lo vivimos mucho, por ejemplo, en el sector inmobiliario, donde una sola producción puede necesitar comunicar ubicación, inversión, estilo de vida, confianza, producto, amenidades y diferenciadores prácticamente al mismo tiempo.

Si encontramos una narrativa, podemos construir una experiencia.

Después entra el engranaje técnico. Especialmente en transmisiones en vivo me gusta pensar que estamos produciendo un programa, no simplemente haciendo un webinar.

La complejidad debe quedar detrás; al frente, una experiencia natural para el espectador.

Cuando un propósito nos une

No Hagamos Ruido

Fotografía por: Ricardo Torres

@michelcomunicacion
@nohagamosruido

Hay encuentros que no ocurren por casualidad: suceden cuando compartimos una manera de entender lo que hacemos. Elizabeth Michel y Rogelio Alvarado han encontrado en la comunicación y la producción audiovisual un territorio común para crear, colaborar y demostrar que, cuando existe un propósito compartido, las ideas pueden llegar mucho más lejos.

Elizabeth Michel & Rogelio Alvarado





> “Cuando el propósito nos une, dejamos de hacer ruido y comenzamos a crear conversaciones que realmente conectan.”

Elizabeth ha construido con No Hagamos Ruido una filosofía donde escuchar, respetar y comunicar con propósito resulta tan importante como el mensaje mismo.

En ese camino, el trabajo en equipo se convierte en una pieza fundamental. Junto a Rogelio, la asesoría y la producción se complementan para acompañar cada proyecto desde su origen, entender qué necesita comunicar y encontrar la mejor manera de transformarlo en una experiencia audiovisual. No se trata simplemente de generar más contenido, sino de preguntarse qué vale la pena decir y cómo hacerlo para conectar verdaderamente con las personas.

Esta visión entiende la producción como un proceso que comienza mucho antes de encender una cámara o abrir un micrófono. La preparación, la escucha y la intención detrás de cada decisión permiten construir mensajes más claros, auténticos y significativos; una filosofía que también hemos experimentado desde Exponente Creativo al trabajar junto a su equipo.

Elizabeth y Rogelio hacen equipo desde sus respectivas experiencias para convertir las ideas de sus clientes y colaboradores en proyectos capaces de comunicar, en lugar de simplemente sumarse al ruido cotidiano.

Su trabajo también nos recuerda que las mejores ideas crecen cuando encuentran a las personas correctas.

La colaboración abre posibilidades, genera aprendizajes y permite construir proyectos que difícilmente surgirían desde una sola mirada. Por eso, vale la pena acercarse a sus producciones, conocer su manera de trabajar y descubrir cómo transforman una intención en contenido con propósito. Porque cuando dos talentos se encuentran alrededor de una misma visión, producir deja de ser únicamente crear piezas audiovisuales: se convierte en construir conversaciones capaces de conectar, aportar valor y permanecer.

Telma Regina García y Barrera

Presenta: Ella y su Historia

@ellaysuhistoria Ella y su Historia

Licenciada en Economía, con especialización en Comercio Exterior. Cuenta con una trayectoria de 25 años en la Banca de desarrollo, donde adquirió amplia experiencia en los ámbitos financiero y empresarial.

Durante 13 años formó parte de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMEXME), desde donde contribuyó al impulso y fortalecimiento de la actividad empresarial de las mujeres. En esta organización desempeñó diversos cargos, entre ellos directora de Mesa de Negocios, vicepresidenta y protesorera.

A lo largo de su trayectoria profesional y personal, Telma se ha distinguido por su espíritu emprendedor, su capacidad para generar vínculos y su compromiso con la creación de proyectos y espacios de participación para las mujeres.

Inquieta y apasionada por aprender y descubrir nuevos caminos, ha convertido cada etapa de su vida en una oportunidad para crecer, reinventarse y compartir experiencias.

Actualmente continúa desarrollando varios proyectos y participando en iniciativas orientadas a reconocer el valor, la historia y las aportaciones de las mujeres.



Telma Regina García y Barrera, creadora del proyecto “Ella y su Historia”, espacio dedicado a rescatar, compartir y reconocer las historias de mujeres.



Ana Velasco

Escrito por: Telma Regina García y Barrera

ELLA y su Historia

Mujer sensible, de corazón generoso y espíritu inquieto, siempre explorando la vida y buscando nuevas experiencias. Desde niña fue imaginativa, soñadora y sentía todo con intensidad.

La vida le enseñó sobre el miedo, la soledad y los momentos difíciles. Durante años se acostumbró a cuidar, sostener y poner a los demás antes que a ella misma, hasta que comprendió que también era tiempo de escucharse y tener un lugar en su propia vida.

En ese camino nació Luvân Pan Artesanal. Lo que comenzó con la masa madre se convirtió en mucho más que un emprendimiento: fue una puerta hacia una parte de ella que quizá siempre había estado ahí, esperando ser descubierta. Entre harinas, fermentos y desafíos, Ana volvió a confiar en su capacidad para crear algo que llevara su esencia.

A los 53 años, Ana está descubriendo una nueva manera de mirarse: con más amor, libertad y menos miedo. Está reconociendo todo lo que es capaz de hacer y aprendiendo que nunca es tarde para comenzar de nuevo.

Pero Luvân no es la historia completa. Es parte de un camino más profundo:

El de una mujer que está recuperando su voz, que quiere aprender, comunicar, contar historias y descubrir nuevas versiones de sí misma.

Hoy Ana sabe que los años no limitan los sueños y que todo lo vivido puede convertirse en fuerza.

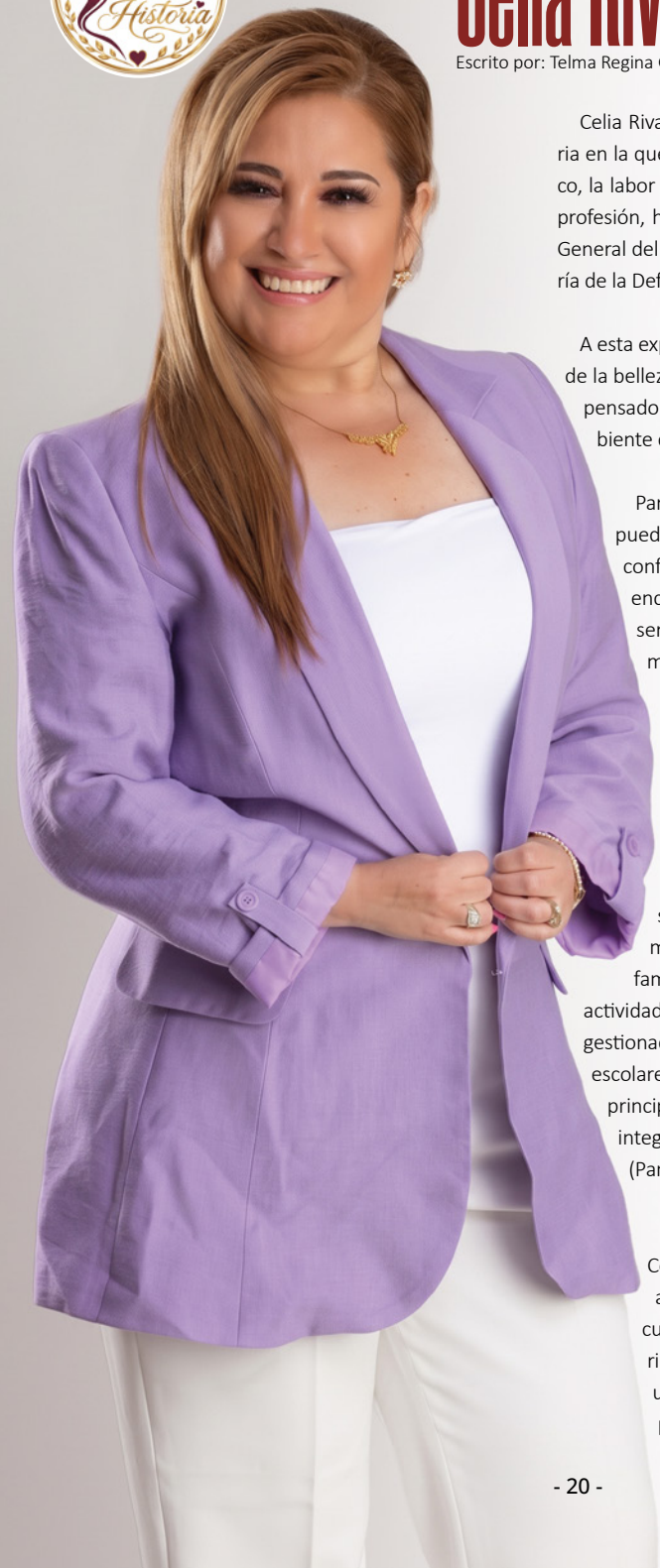
Luvân es parte de su historia, pero la protagonista es ella: una mujer que sigue soñando, aprendiendo y eligiéndose.

LA ELECCIÓN SIGUE SIENDO MÍA



Celia Rivas Rodríguez

Escrito por: Telma Regina García y Barrera



Celia Rivas Rodríguez ha construido una trayectoria en la que convergen el derecho, el servicio público, la labor social y el emprendimiento. Abogada de profesión, ha desempeñado funciones en la Fiscalía General del Estado, el Congreso local y la Procuraduría de la Defensa del Menor y la Familia.

A esta experiencia sumó un proyecto en el ámbito de la belleza con la apertura de "Lumière", un salón pensado para ofrecer cuidado personal en un ambiente cercano y personalizado.

Para Celia, atender la imagen también puede contribuir al bienestar y fortalecer la confianza. Por eso, busca que cada clienta encuentre en este espacio algo más que un servicio: un lugar donde pueda sentirse cómoda, escuchada y bien atendida.

Su compromiso con la comunidad tiene uno de sus principales referentes en Luciérnagas Yucatán, organización creada en 2013 para reunir a mujeres interesadas en apoyar distintas causas. Con el paso del tiempo, sus acciones se extendieron a niñas, niños, adultos mayores, personas con discapacidad y familias en situación vulnerable. Mediante actividades y eventos, la agrupación ha gestionado medicamentos, sillas de ruedas, útiles escolares y donativos para diversas instituciones, principalmente con la participación de sus integrantes y la recaudación de recursos. (Panorama Peninsular)

Entre "Lumière" y Luciérnagas Yucatán, Celia ha encontrado dos maneras de acompañar a los demás: una a través del cuidado personal y otra mediante la solidaridad. Ambas expresiones forman parte de una historia guiada por la cercanía, la empatía y el compromiso con su comunidad.

Andrea Hernández & Diego Gual

Dieformah

@dieformah

Dieformah

Aunque nuestras historias y formas de acercarnos al diseño son diferentes, hay algo que compartimos profundamente: la admiración por la naturaleza, los animales y la necesidad de crear. Dieformah nace justamente de ese encuentro. Andrea aporta una mirada más enfocada en el diseño, la composición, el espacio y la experiencia de quien lo habita; Diego aporta una relación mucho más intuitiva y práctica con las plantas, la naturaleza y todo lo que implica trabajar con seres vivos.

No sentimos que uno complemente al otro solamente como una división de responsabilidades, sino que el proyecto necesita de las dos miradas para existir. Somos, de alguna manera, dos partes distintas de un mismo proyecto: una pierna derecha y una pierna izquierda que avanzan en la misma dirección.



Fotografía por: Ricardo Torres

Dieformah nace de la unión de nuestras dos visiones. Nos conocimos en la universidad y, aunque tenemos backgrounds muy distintos, encontramos justamente en esas diferencias el punto de partida para crear el proyecto.

Diego aporta una profunda y autodidacta conexión con la naturaleza, cultivada desde la infancia. Por mi parte, mi fuerte es el diseño: conceptualizar y transformar las ideas y necesidades del cliente en algo tangible.

Nuestro objetivo es crear espacios habitables, pensados y personalizados, donde la vegetación no sea simplemente un elemento decorativo, sino parte integral de la experiencia y de la identidad de cada espacio.



P: ¿Detectaron una necesidad, un servicio que acompañara al cliente desde el concepto hasta el mantenimiento del paisaje?

R: El mantenimiento surge como consecuencia natural de crear espacios naturales integrados a la vida cotidiana. Al diseñar un jardín con intención, es vital acompañarlo tras su creación mediante un servicio integral que garantice la conservación de su esencia original con el paso del tiempo.

A diferencia de la jardinería tradicional, nuestro diferencial es aportar una mirada contemporánea y personalizada al paisaje. Para nosotros, el jardín no es algo que simplemente se coloca: es un espacio que se diseña.

P: Ustedes parten de la idea de que "el paisaje también se diseña". ¿Qué significa esta frase dentro de la filosofía de Dieformah?

R: Significa entender la vegetación como un material más del proyecto. Así como en la arquitectura, trabajamos con los colores, texturas y formas de las plantas, buscando que dialoguen armónicamente con los acabados exteriores.

Ninguna especie se elige al azar; cada una responde a una intención compositiva. Esta visión nace de la atmósfera que el cliente desea habitar, creando una propuesta vegetal que tenga sentido con la arquitectura y su propia personalidad.

P: ¿Cómo logran que cada proyecto tenga una identidad propia?

R: Parte de entender que cada cliente y espacio son diferentes, con condiciones ambientales y necesidades de mantenimiento particulares. A partir de este análisis, nuestro trabajo de diseño consiste en elegir la vegetación, materiales y composiciones que mejor respondan a dichas características.

Para nosotros, el análisis y el diseño van de la mano. No buscamos adaptar una misma fórmula a todos los espacios; cada proyecto exige una respuesta personalizada, lo que hace que cada resultado adquiera una identidad propia.

P: Su proceso integra diseño, suministro, instalación y mantenimiento. ¿Qué ventajas creativas y funcionales encuentran en acompañar todas las etapas de un mismo proyecto?

R: Acompañar todas las etapas del proyecto nos permite mantener la continuidad entre la propuesta y la realidad. Tras entender las condiciones del sitio, desarrollamos una propuesta visual detallada que guía la ejecución y ayuda al cliente a imaginar el resultado.

Sin embargo, la funcionalidad tiene la última palabra. Priorizamos la supervivencia de las plantas por encima de cualquier decisión estética, adaptando las especies durante la instalación si el entorno real lo exige.

Lo más fascinante del paisaje es que trabajamos con algo vivo. La naturaleza hace lo suyo, y parte de nuestro trabajo es diseñar considerando justamente esa evolución constante de colores, texturas y formas con el paso del tiempo.

“Diseñamos atmósferas” que respiran.

Esta frase engloba lo que hay detrás de nuestro trabajo: no llenamos un patio con plantas, incorporamos seres vivos para crear un pequeño ecosistema dentro de la vida cotidiana. Nos interesa transmitir el valor de convivir con la naturaleza, recordando que no son elementos decorativos, sino seres que respiran, crecen y cambian.

Buscamos generar una relación simbiótica entre la vegetación y quienes habitan el espacio: que transforme la atmósfera, acompañe y se vuelva parte de sus vidas, devolviéndole a la naturaleza el lugar que merece.

P: ¿Cómo imaginan que evolucionará su marca?

R: Tenemos muchas ideas y creo que eso es justamente lo bonito de estar empezando. Vemos a Dieformah como una marca experimental, un espacio que nos permita crecer profesional, personal y creativamente, combinando nuestra curiosidad con la experiencia que iremos adquiriendo y con todo lo que la naturaleza todavía nos pueda enseñar.





NIUFEMS STUDIO.

> Lo editorial es el alma, el diseño es el cuerpo.

Del laboratorio editorial al estudio creativo

The Niufems Studio surgió de manera orgánica a partir de nuestra experiencia en NiuFem Magazine. Ahí comprendimos que nuestro interés no residía solo en maquetar una publicación, sino en articular el concepto completo: construir una narrativa y traducirla a imágenes a través del diseño, la fotografía, la dirección de arte y el contenido. La revista funcionó como un laboratorio de experimentación que nos permitió desarrollar un lenguaje propio y entender que esa misma mirada editorial podía trascender el papel para aplicarse con intención a marcas, proyectos culturales y comunicación visual. Para nosotras, lo editorial no es un formato, sino una forma de observar, ordenar y cuidar cada idea.

@theniufems_studio

studioniufem@gmail.com

Fotografía por: Ricardo Torres



marca o del cliente; en otras, el detonante es un estímulo visual como una fotografía, la atmósfera de una película o una pieza musical que vibra en la misma frecuencia de lo que se busca evocar. Al final, todo converge en la intención real: preguntarnos qué se desea transmitir y asumir el proceso de descifrar cómo contarlo. Ya sea que el viaje comience con una melodía, un recuerdo o un anhelo, nuestro propósito es traducir esa abstracción y transformarla en una realidad tangible.

Un futuro sin fronteras ni etiqueta

Creemos firmemente que la identidad de un estudio no tiene por qué ser monocromática, por lo que nos motiva habitar distintos lenguajes que van desde el universo musical y la producción cinematográfica hasta la moda, joyería, belleza y gastronomía. Más que encasillarnos en una sola categoría, buscamos darle al estudio la mayor amplitud posible, entendiendo cada colaboración como un espacio de aprendizaje y un territorio para explorar nuevas texturas; así, asumimos esta nueva etapa con la curiosidad intacta y los brazos abiertos a todo aquello que nos invite a experimentar, jugar y aportar un fragmento de nuestra sensibilidad al mundo.

Mirada intencionada y equilibrio en dupla

Entendemos la estética no como un adorno visual, sino como una respuesta con concepto y función. Trabajar con artistas y proyectos colaborativos nos enseñó a analizar el propósito de cada elemento: qué se quiere comunicar, cómo conviven el texto y la composición, y qué ritmo posee una pieza. Esta sensibilidad se potencia con la dinámica de nuestra dupla: mientras una aporta una visión extrovertida e intuitiva enfocada en el panorama externo, la otra aporta un enfoque analítico centrado en el detalle interior. Al entrelazar ambas perspectivas, logramos un equilibrio que nos permite abordar cada proyecto con rigor y sensibilidad.

Traducir la abstracción en realidad

El punto de partida de cada proyecto lo dicta su propia naturaleza. En ocasiones, nace de una narrativa honesta que proviene del centro de la



Luis Miguel Godínez

Parel Solutions / No Hagamos Ruido

@nohagamosruido

parel.solutions

Soy publicista de carrera y llevo más de 25 años en medios digitales, moviéndome entre la creatividad, la planeación de medios y la comunicación de marca. He trabajado con marcas como Audi, Volkswagen, SEAT, BYD, Grupo Autosur, Mumuso y La Tratto.

Hoy dirijo Parel Solutions, una agencia de transformación digital en Mérida enfocada en sitios que venden, SEO/AEO, pauta y automatización con IA, y No Hagamos Ruido, un estudio de podcast y consultoría de comunicación y marca personal. También doy workshops y cursos de estrategia digital para equipos y dueños de negocio.



Fotografía por: Ricardo Torres

La vida profesional, el acercamiento a la inteligencia artificial

Siempre he estado justo donde la publicidad se cruza con la tecnología. En 25 años me ha tocado ver cómo cambian los medios varias veces, y la IA llegó igual: no como una moda, sino como la siguiente herramienta que había que entender antes que nadie.

Empecé usándola para acelerar copys y bocetos, y hoy está metida en casi todo lo que hacemos: producir contenido, generar voces para campañas, construir sitios pensados para que los motores de IA te recomienden y montar agentes que atienden y dan seguimiento a clientes por WhatsApp. Más que buscarla, me llevaron a ella mis propios clientes: necesitaban hacer más con presupuestos que no crecían.

P. ¿Cómo ha evolucionado el rol del creativo publicitario con herramientas de IA?

R. Antes el creativo llegaba a la junta con un boceto y un "imagínate que…". Hoy puedes llegar con el spot, la voz, la foto de producto y la landing funcionando. Eso cambia todo el rol: el creativo deja de ser el que "hace" y se vuelve el que decide. Director, curador, editor.

Cuando producir una pieza cuesta minutos, el valor ya no está en poder hacerla, sino en saber cuál vale la pena hacer, para quién y para qué. Y ojo, porque también nunca había sido tan fácil hacer ruido: cualquiera saca cien anuncios bonitos en una tarde; muy pocos saben cuál de esos cien va a vender.

P. ¿Cuáles son las herramientas y alcances actuales que están redefiniendo los tiempos y costos de producción de contenido?

R. En mi día a día: Claude y Gemini para estrategia, guiones y copy; Higgsfield para generar video, avatares y adaptar formatos; ElevenLabs para voces y locuciones; y plataformas como HighLevel o Respond.io para conectar CRM, WhatsApp y seguimiento automático en un solo lugar.

Lo que antes tomaba semanas, hoy puede validarse en días y a menor costo, permitiendo probar ideas antes de invertir. Además, ya no basta con aparecer en Google: también hay que lograr presencia en ChatGPT o Gemini.

El valor humano

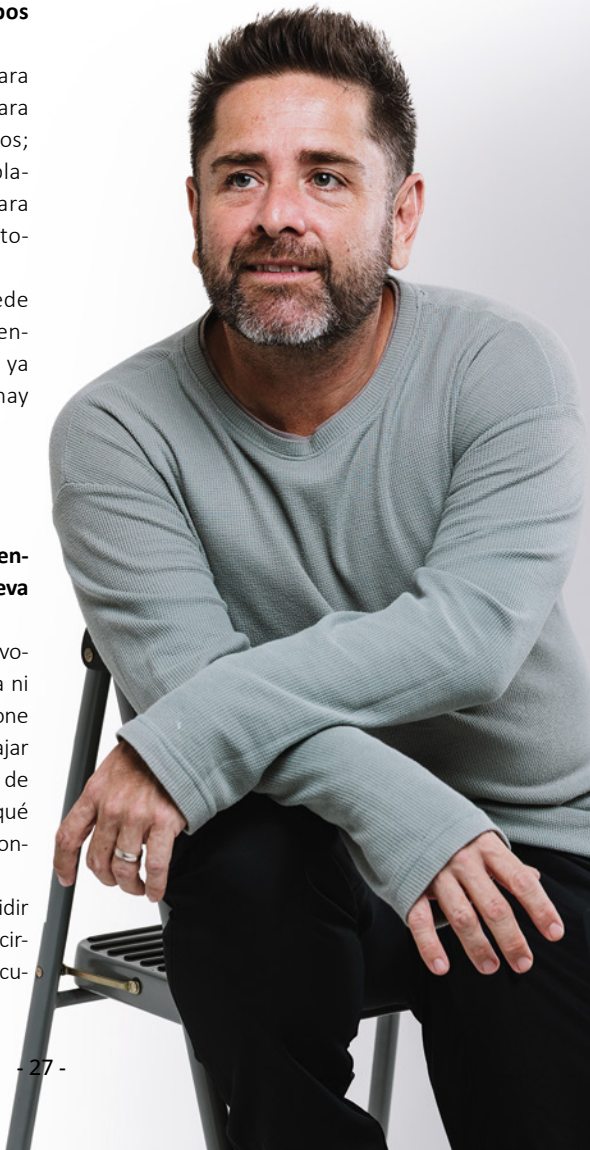
P. ¿Dónde consideras que queda actualmente el valor diferencial humano ante esta nueva herramienta?

R. En el criterio y en la verdad. La IA te da volumen, pero no sabe qué es real de tu marca ni qué le duele de verdad a tu cliente. Eso lo pone una persona que escucha. Mi forma de trabajar arranca con el "para qué": antes de hablar de formatos o herramientas, preguntamos para qué existe la marca, una y otra vez, hasta llegar al fondo. Esa conversación no se automatiza.

También queda en la responsabilidad: decidir qué no publicar, qué no prometer y cuándo decirle a un cliente "esto no te conviene". La IA ejecuta; el humano responde por el resultado.

Consejos clave:

1. Empieza por el propósito, no por la herramienta. Si no sabes qué quieres decir, la IA solo te ayuda a decir nada más rápido.
2. Mide antes de escalar. Sin conversiones bien configuradas, cualquier algoritmo optimiza a ciegas.
3. Usa la IA para probar rápido y barato, e invierte fuerte solo en lo que ya funcionó.
4. Automatiza el seguimiento antes de subirle a la pauta. De nada sirve más tráfico si nadie lo atiende.
5. Lo auténtico le gana a lo caro. Que tu marca suene a ti, no a todos los demás.



Graciela Reyes

MISS TEXTILES Y REYGRA

@misstextiles @rey_gra

www.misstextiles.com



-R

El remiendo puede tener distintos orígenes dependiendo del hemisferio en donde te encuentres, desde el boro japonés o la vecina de nuestra calle que repara, pero cualquiera de ellos coincide en la necesidad. La dicha y el encanto de ser creativos al resolver porque no hay de otra, nuestra nación los conoce bien. Me gusta el -re: reinventar, resistir, renacer, recapitular, reparar, recrear. Me habla de algo que va en su segunda vuelta y que estamos dispuestos a hacer una vez más, ahora con cierto tipo de experiencia y colmillo.

Me encuentro personalmente en un -re, las circunstancias y la vida que creé -literalmente que salió de mí- me han hecho expandirme a nuevas formas inimaginables como persona, pero también recapacitar acerca de mi oficio y la revolución manual que implica intervenir nuestras prendas. Porque no nos quedan, ya no son útiles como están, ya no nos gustan o porque no encontramos eso que estamos buscando, qué poderoso decir “yo puedo hacerlo”. Como una suerte de resistencia social a lo vertiginoso del mundo actual y también como una creación de símbolos identitarios, del poderoso yo, ondeando una bandera (en forma de jeans) de independencia y de libertad a lo impuesto.

Quién diría que en un hilo y aguja hay tanta resistencia; sin máquinas, sin inteligencias, sin luz. Solamente un textil y el poder manual de deshacer y recrear. Lo -re es bien punk.

Fotografía por: Ricardo Torres

Mariana Ceballos

DISEÑADORA GRÁFICA ESPECIALIZADA EN EVENT BRANDING
FUNDADORA Y DIRECTORA CREATIVA DE AURORA CO.

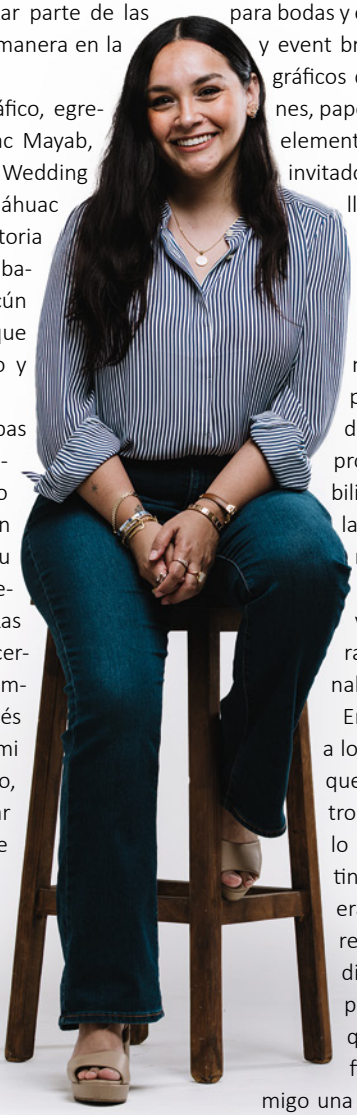
@auroraco.marianaceballos holamarianaceballos@gmail.com 999 453 7002

Mi camino comenzó al descubrir que el diseño gráfico también podía formar parte de las celebraciones y transformar la manera en la que se vive una experiencia.

Soy licenciada en Diseño Gráfico, egresada de la Universidad Anáhuac Mayab, y cuento con un Diplomado en Wedding Planning por la Universidad Anáhuac Cancún. Desde 2010, mi trayectoria profesional me ha llevado a trabajar en la Ciudad de México, Cancún y la Riviera Maya, experiencias que ampliaron mi visión del diseño y del mundo de los eventos.

Con el tiempo, integré ambas disciplinas para diseñar celebraciones no solo desde lo estético o para que simplemente "se vean bonitas", sino también desde su esencia, su narrativa y la experiencia que desean transmitir. Las invitaciones son el primer acercamiento de los invitados al ambiente que vivirán meses después durante la boda o celebración; mi trabajo consiste en interpretarlo, darle una identidad y comenzar a comunicarlo mucho antes de que el evento suceda.

En 2016 inicié mi proyecto bajo mi propio nombre y, años después, evolucionó a AURORA Co., en honor a mi abuela materna y a mi mamá, quienes comparten Aurora como segundo nombre.



Me especializo en crear identidades visuales para bodas y eventos. A través del wedding y event branding desarrollo conceptos gráficos que se extienden a invitaciones, papelería, señalización y distintos elementos de la experiencia de los invitados, buscando que cada detalle hable un mismo lenguaje visual.

Lo que más disfruto de mi proceso creativo es conversar con mis clientes, conocer sus historias y hacer preguntas que me ayuden a descubrir el corazón de cada proyecto. Mi curiosidad, sensibilidad y atención al detalle son las herramientas que me permiten transformar sus ideas y emociones en propuestas visuales auténticas, atemporales y profundamente personales.

En mis juntas siempre les digo a los novios: "Tiene que ser algo que les guste ahora y que, dentro de treinta años, cuando se lo enseñen a sus nietos, continúe representando quiénes eran ustedes; que ellos puedan reconocer su esencia en esos diseños". Esta frase los invita a pensar más allá de un diseño que funcione durante un solo fin de semana y a crear conmigo una identidad que pueda formar parte de su historia para toda la vida.

Fotografía por: Ricardo Torres


CHAKOLAB
@chakolab_mexico
CHAKO LAB
CHAKO LAB

De lo cotidiano al diseño

Hay objetos que utilizamos todos los días y que, casi sin notarlo, terminan formando parte de nuestra identidad. ChakoLab parte de una idea sencilla: transformar lo cotidiano a través del diseño, el color y la funcionalidad, creando piezas que acompañan diferentes momentos, rutinas y estilos de vida.

Laboratorio de color

ChakoLab se define como un "laboratorio de color", una declaración que permite entender su manera de aproximarse al diseño. La marca explora la relación entre forma, función y color para desarrollar objetos pensados para integrarse naturalmente a la vida diaria: desde el café de la mañana hasta una jornada de trabajo, una visita al gimnasio o un momento de descanso en casa. Cada producto busca demostrar que incluso los objetos más habituales pueden adquirir personalidad cuando existe intención detrás de su diseño.

Esa filosofía también se refleja en cuatro valores que estructuran su propuesta: diseño, innovación, calidad y una visión eco-friendly. La atención al detalle busca encontrar un equilibrio entre estética y funcionalidad, mientras que la exploración de materiales, tecnologías y nuevas





soluciones permite desarrollar objetos que simplifiquen determinadas actividades cotidianas. A ello se suma una selección de materiales responsables y durables, pensados para extender la vida útil de cada pieza y reducir su impacto ambiental.

Hidratarse, con estilo propio

El resultado es una colección de termos, botellas, tazas y accesorios donde la hidratación se convierte también en una experiencia de diseño. ChakoLab propone productos para distintos momentos y estilos de vida, desde piezas para café y bebidas calientes hasta opciones diseñadas para acompañar jornadas completas. Su propuesta incorpora materiales certificados para contacto con alimentos, productos libres de BPA y soluciones de aislamiento térmico; además, la marca señala contar con más de 50 patentes y diseños reconocidos internacionalmente. Chako Lab México Más que pensar estos objetos únicamente desde su utilidad, ChakoLab los convierte en elementos expresivos capaces de acompañar nuestra personalidad, demostrando que diseño y funcionalidad pueden encontrarse incluso en los rituales más sencillos de todos los días. Descubre el universo de ChakoLab y encuentra una pieza que acompañe tu ritmo, personalidad y rutina. Porque hasta lo cotidiano puede convertirse en una experiencia de diseño.

Giveaway Expontente Creativo x ChakoLab
Ilustración a una sola tinta inspirada en el material, forma, y nombres de los chakos.



Ganador (Chako Pitaya Power)
@mati.ass.lavia



Ganador (Chako Mocha Latte)
@ariiisxx

Una oprtunidad de crear

e parte de Exponente Creativo y ChakoLab, agradecemos profundamente a cada creativo que participó en esta dinámica. En este espacio editorial creemos en la importancia de ser un puente que permita a los creativos seguir desarrollando su visión, ya sea generando oportunidades, abriendo espacios o dándoles exposición. Esta dinámica es apenas una muestra de todo lo que está por venir.

Por eso los invitamos a seguir creando, a ampliar sus horizontes y a participar en plataformas como esta, donde el talento encuentra la manera de ser visto. Cada proyecto, cada idea y cada propuesta compartida suman a una comunidad creativa que se fortalece cuando se muestra. Sigan explorando, cuestionando y atreviéndose a hacer las cosas a su manera.

“More color, more wonder.”

- Chakolab

ARANTZA MANZANILLA D.

ARIIISXX

@ariiisxx

Mi colaboración con Café Loco nació de una forma bastante natural, porque es un espacio con el que ya tenía una relación cercana desde antes. Elegí trabajar con esta cafetería de Mérida por la confianza que tengo con las personas que forman parte del proyecto y también porque siempre me ha gustado mucho su estilo, su ambiente y la personalidad que han construido alrededor de la marca.

Desde hace tiempo quería hacer algo con Café Loco, no solamente porque me siento identificada con su esencia, sino porque veía la oportunidad de desarrollar una propuesta desde un enfoque más creativo y personal. Para mí era importante trabajar con un lugar que realmente me inspirara y al que pudiera dedicarle tiempo con interés genuino.

Aunque mi formación principal es en diseño gráfico, actualmente estoy buscando acercarme mucho más al mundo de la ilustración. Quiero explorar esta área con mayor profundidad, realizar más proyectos, probar diferentes estilos y descubrir nuevas formas de expresar mis ideas visualmente. Siento que todavía tengo mucho por desarrollar en ese sentido, y justamente por eso este tipo de colaboraciones son importantes para mí.



Este proyecto con Café Loco representa una oportunidad para experimentar, ampliar mi portafolio y salir un poco de lo que hago normalmente. También me permite conocer mejor mis propias capacidades y entender hasta dónde puedo llevar mi trabajo creativo.

Mi intención es seguir buscando colaboraciones que me reten, me permitan aprender y, al mismo tiempo, combinar el diseño gráfico y la ilustración de una manera cada vez más personal.

Fotografía por: @mendez.frames

Rodrigo Espinosa & Alejandro Castilla

Indie Fest Yucatán

@indiefestyucatan

Indie Fest Yucatán

@indiefestyucatan

www.indiefestyucatan.mx

> “La vida no está destinada a vivirse en una línea de metas interminable; pausa, juega y reconecta, y descubrirás que la mejor versión de ti mismo te ha estado esperando todo el tiempo.”



Indie Fest nace de años de estar metidos en la escena como músicos, gestores y público. Vimos que Yucatán tenía una historia de esfuerzos independientes que merecían continuidad, pero también renovación. Queríamos sumar desde nuestra manera de hacer las cosas: abrir un espacio donde la gente pudiera descubrir nueva música, conectar con propuestas frescas y, al mismo tiempo, impulsar al talento local y regional con la seriedad y el respeto que merece.

Lo que no encontrábamos en otros festivales era justo eso: un lugar donde la independencia no fuera un adorno, sino el corazón del proyecto.

P. Después de varias ediciones, ¿cómo ha evolucionado la idea original de Indie Fest y qué han aprendido sobre el público y la escena independiente del sureste?

R. Con el tiempo entendimos que la comunidad indie del sureste es mucho más amplia y diversa de lo que imaginábamos. Es gente que se atreve a escuchar sin prejuicios, que valora la creatividad y la innovación por encima de las etiquetas. Hoy sabemos que nuestro papel es ser un punto de encuentro para ese espíritu: un espacio donde la curiosidad y la apertura guían la experiencia. Esa idea original se ha vuelto más clara y más fuerte.



P. Más allá de los artistas que han pasado por el escenario, ¿cuáles consideran que han sido los logros más importantes que Indie Fest ha alcanzado hasta ahora?

R. Uno de los logros más grandes es habernos convertido en una plataforma real para la producción independiente. Proyectos profesionales que podrían estar en cualquier escenario del país o del mundo, han encontrado aquí un lugar para crecer. También hemos visto cómo el espíritu DIY de la ciudad se activa: gente que quiere experimentar, crear, colaborar y construir comunidad alrededor de la música.

P. El festival reúne música, arte, emprendimientos y otras expresiones independientes. ¿Qué tipo de conexiones o nuevas oportunidades han visto surgir entre artistas, proyectos locales y público a partir del evento?

R. Lo más valioso ha sido ver cómo se fortalece la identidad de los creadores independientes. El festival ha permitido que artistas, productores y proyectos locales se reconozcan entre sí, colaboren y se proyecten con una seguridad distinta. Muchas propuestas han encontrado nuevas audiencias, alianzas y rutas de crecimiento gracias a ese cruce natural que se da en el festival.

P. ¿Cómo imaginan Indie Fest dentro de los próximos años y qué les gustaría incorporar o transformar conforme siga creciendo?

R. En los últimos años hemos participado en ferias y encuentros de la industria musical en México, y eso nos ha permitido entender dónde estamos parados. Hoy sabemos que Indie Fest ya aparece en el mapa de los festivales emergentes del país. La presencia de proyectos como Austin TV y BLNKO, referentes del indie mexicano y voces intergeneracionales, confirma que vamos por buen camino. El futuro del festival apunta a crecer en alcance, colaboraciones internacionales e impacto dentro de la escena mexicana y latinoamericana.

Queremos que Indie Fest sea un puente cada vez más sólido entre Yucatán y el mundo.

P. ¿Qué papel creen que puede tener un festival independiente en la vida cultural de una ciudad y qué impacto les gustaría que Indie Fest dejara en las nuevas generaciones de creadores y públicos de Yucatán?

R. Un festival independiente puede convertirse en una voz necesaria dentro de la vida cultural de una ciudad. Para nosotros, Indie Fest es un espacio que muestra la producción musical del estado y la región con la misma dignidad y fuerza que cualquier propuesta nacional o internacional. Queremos que las nuevas generaciones crezcan sabiendo que su creatividad tiene un lugar, que su música importa y que pueden dialogar de tú a tú con el mundo.

INDIE FEST

Diana Castillo

Di-Art

@diartbydcc
@camposdianacastillo

"Cuando hay una idea en tu cabeza que pienses que pueda mejorar la vida de la gente, es tu deber y obligación ponerla al servicio de la humanidad porque esa idea fue puesta en tu cabeza para ser materializada.
Y tú, y solo tú, puedes DÁRSELA de la forma en la que el mundo la necesita y
¡¡¡ese es tu superpoder!!!"



Mi entrada al mundo del arte se dio de manera muy orgánica, pues siempre me había gustado mucho crear cosas con las manos, aunque había estudiado una carrera muy teórica como la Psicología.

Sin embargo, poco a poco he ido integrando ambos mundos, entendiendo que el arte puede ser, y siempre es, un puente para asomarnos al mundo interno del ser humano.

Fotografía por: Ricardo Torres

P. ¿Qué has descubierto sobre ti misma desde que decidiste transformar esta inquietud creativa en un emprendimiento?

Uff, gracias a este emprendimiento me di cuenta de que nunca sabes de lo que puedes ser capaz de crear hasta que lo intentas.

Muchas veces la vida te empuja a mirar hacia otros lados y eso fue lo que me pasó a mí.

A partir de un par de cambios de casa surgió mi necesidad de restaurar mis muebles y adaptarlos a otros espacios y así surgió Di-art como resultado de esos procesos de mi vida. Poco a poco fui incorporando técnicas para hacer las restauraciones y fui invitando a otros artistas a sumarse al proyecto.

P. Tu experiencia en el arte comenzó a partir de la necesidad de restaurar y adaptar tus propios muebles. ¿En qué momento esa experiencia personal se convirtió en la idea de crear una marca?

R. Respondiendo a esa pregunta…

Se convirtió en marca cuando obtuve la oportunidad de poner todo eso que restauré en un espacio físico que fue mi tienda y empecé a darle una intención y dirección concreta... que se fue transformando durante el proceso, hasta que se volvió muy claro para mí.

El proposito evolucionó más allá de reutilizar los muebles ya que noté que mi corazón vibraba cuando visualizaba o fantaseaba que alguna pieza artística de un desconocido podía tener un lugar y un reconocimiento que no había tenido nunca y que yo, podría ser ese canal a través del cual esa pieza aportara una emoción al espectador.

P. ¿Qué crees que las personas encontrarán únicamente en tu trabajo y qué te inspira?

R. Definitivamente las piezas de DI-art son hechas por manos no reconocidas hasta ahora pero con un gran talento y potencial.

Los materiales busco que sean de buena calidad y son piezas únicas difíciles de replicar porque quien conoce el proceso creativo sabe que nunca te sale todo igual sin embargo confío mucho en esas manos que colaboran conmigo y que dan vida a mis ideas.



P. ¿De dónde surge la inspiración para imaginar tus piezas y qué elementos buscas que tengan para conservar una identidad propia?

R. Mmm pues surge de querer experimentar una sensación.

Por ejemplo cuando hago un makramé, o pinto algo , o cuando le pido a Orfi que es mi artesana que teja algo para alguien, visualizo que lo estoy haciendo para mi propia casa, entonces trato de que sean los mejores materiales, y que tenga ese toque que como ama de casa yo también le daría a mi hogar para que se sienta muy mío.

P. ¿Cómo imaginas tu evolución en los próximos años y qué nuevas posibilidades creativas te gustaría explorar?

R. Me gustaría ver que hay piezas de Di-art en diversos lugares evocando historias; y sensaciones pero sobre todo proyectando autenticidad.

En lo personal me gustaría ser un referente de arte terapéutico en mi estado y ver que el trabajo de mis colaboradores se vuelve reconocido.

Luis Omar

Creatibrix

@creatibrix

Mi trayectoria ha estado muy relacionada con la creación de experiencias y el desarrollo de conceptos. He trabajado en distintos proyectos dentro de centros comerciales en todo el país, entendiendo que no se trata solo de crear un producto, sino de pensar en todo lo que lo rodea: cómo se presenta, se vive, se comunica y se transforma en una experiencia.

Mi formación ha estado vinculada principalmente con la Cosmetología, la Cosmiatría y la capacitación laboral profesional. También soy emprendedor, y esa parte de mi trayectoria fue fundamental para lo que después se convertiría en Creatibrix.

En 2022 conocí una tecnología capaz de transformar fotografías en miles de piezas. Más allá del software, surgió una pregunta: ¿qué pasaría si construyéramos todo un concepto alrededor de esto?

Así nació Creatibrix, no solo como un producto, sino como un ecosistema en el que convergen tecnología, creatividad, diseño, materiales, procesos, capacitación y experiencia.

Una característica constante en mi trabajo ha sido conectar elementos que aparentemente están separados. Así como una obra de Creatibrix se construye uniendo pequeñas piezas, el proyecto también surgió al integrar distintas ideas hasta crear algo que antes no existía.



Fotografía por: Ricardo Torres

Cuando trabajamos con una fotografía tenemos muchos de colores y pequeños detalles, pero cuando llevamos las fotografías a piezas físicas compuestas por miles de bricks, tenemos que tomar decisiones: qué conservar, que no, que simplificar, que enfatizar, que colores utilizar y preguntarnos ¿por qué? Y para todo este proceso se creó un sistema.

No quería que todo dependiera de la improvisación. Desarrollé una metodología que nos permitiera crear, imaginar, probar y explorar diferentes posibilidades.

Partimos de la fotografía original, pero también experimentar con una modificación de la paleta de colores, llevarla hacia diferentes tipos de estética, cambiar contrastes, jugar con combinaciones de color o construir interpretaciones de la misma fotografía pero con propuestas completamente diferentes.



Muchas veces ese proceso lo hacemos junto con el cliente y aquí sucede algo que creo que es muy especial: mis ideas se encuentran con las ideas de la persona que está frente a mí. Yo puedo recomendar un estilo, una composición o una determinada dirección visual, pero también escucho que le gusta, que le recuerda o que representa cada imagen o fotografía, y entonces la creación se vuelve colaborativa. No son mis imágenes o fotografías, pero están mis ojos y mi creatividad para interpretarla y darle vida.

Creo que esto vuelve muy interesante el proceso, descubrir que otra forma o concepto puede tener cada imagen. Hoy existen herramientas de inteligencia artificial que hacen que muchas de las transformaciones visuales sean mucho más accesibles. Pero nosotros comenzamos a desarrollar este tipo de procesos mucho antes de que ChatGPT, Gemini y todas estas herramientas de IA formaran parte de la conversación cotidiana.

Esto nos obligó a desarrollar nuestra propia manera de pensar la imagen, porque a cada fotografía o imagen le estamos cambiando su lenguaje y aquí se consiguen dos cosas al mismo tiempo: 1, pensar "Sé qué estoy viendo" pero al mismo tiempo 2, pensar "pero nunca lo había imaginado así", y eso es padrísimo.

No se trata solo de querer hacer cosas extraordinarias, sino de hacer de manera extraordinaria todo aquello que decidamos hacer: se trata de probar, equivocarnos, caer, levantarnos, cambiar de dirección, volver a intentarlo y probar cosas diferentes. Entendiendo que en la vida la creatividad no tiene límites, y cuando pienses que los hay, serán solo mesetas, y debemos ir siempre más allá.



Rafael Gómez Chi

Crónicas Delirantes, El Cronista Yucatán

@gomezchimx
@cronicasdelirantes
@elcronistayucatan

elcronistayucatan.mx

"Que vivan la vidan plenamente, un día se van a morir, y no sabes cuándo será ni cómo, así que disfruta de tu existencia.

Rafael Gómez Chi ha encontrado en las plataformas digitales una nueva forma de narrar Mérida sin renunciar al rigor periodístico. Desde Crónicas Delirantes y El Cronista Yucatán, combina historia, identidad, humor y divulgación para acercar al público a los relatos que explican la ciudad, sus costumbres y la memoria de quienes la habitan.

> “Contar el pasado con nuevos lenguajes no significa simplificarlo: significa encontrar formas actuales de mantener viva la memoria y despertar curiosidad por nuestra identidad.”

Después de más de tres décadas vinculadas al periodismo y la comunicación, Gómez Chi entendió que las redes sociales podían ampliar el alcance de las historias locales y conectar con públicos que difícilmente llegarían a ellas a través de los formatos tradicionales. Su propuesta parte de un concepto que define como “infotenimiento”: contenidos capaces de educar y entretener al mismo tiempo, sin convertir la historia en un simple recurso anecdótico. En sus videos aparecen la manera de hablar de los yucatecos, la transformación de Mérida, los pueblos, los mitos, las leyendas y la gastronomía como piezas de una identidad compartida. Pero detrás de esa cercanía existe un trabajo de investigación constante. Su formación en ciencias sociales y el rigor periodístico lo llevan a consultar libros, periódicos, entrevistas, testimonios y fuentes orales antes de construir una narrativa. Para él, investigar no consiste únicamente en sentir entusiasmo por un tema, sino en comprobar de dónde provienen los relatos y qué elementos pueden sostenerse históricamente. Esa responsabilidad adquiere todavía más peso cuando sus contenidos comienzan a ser utilizados por estudiantes como referencias para tareas y exposiciones, convirtiendo la divulgación digital en una puerta de entrada al conocimiento de la historia local.

El proceso creativo de Gómez Chi tampoco responde a una fórmula rígida. Muchas ideas aparecen durante sus lecturas, pero otras nacen directamente de la conversación con su audiencia. Cuando alguien lo reconoce en la calle, suele preguntar qué historia de Mérida quisiera conocer, qué leyenda le gustaría escuchar o qué pueblo debería visitar. También aprovecha aniversarios para recuperar episodios que pueden adquirir un nuevo significado en el presente. Esta combinación entre investigación y escucha le permite encontrar historias incluso en espacios conocidos. El Parque del Centenario, por ejemplo, puede convertirse en el punto de partida para hablar de antiguos kioscos, bancas provenientes de La Alameda, personajes viajeros, esculturas y la relación histórica del parque con edificios como la penitenciaría, el asilo Ayala y el hospital O’Horán. La respuesta de las generaciones jóvenes ha sido especialmente significativa. Gómez Chi observa que plataformas como TikTok y YouTube no han eliminado la curiosidad por el pasado; simplemente han transformado la manera de acercarse a él. Jóvenes de secundaria y preparatoria reconocen su trabajo, comparten sus videos e incluso los incorporan a actividades escolares. Para el cronista, esa recepción confirma que existe interés por comprender el origen de la ciudad y aquello que define al ser yucateco.



Cati Consli

Cati Consli Soft Glam Specialist

@caticonsli.makeup

Una forma de expresión.

Para mí, el maquillaje nunca ha sido solamente vanidad ni algo superficial. Lo veo como una forma de arte, creatividad, sensibilidad y expresión. Con el tiempo entendí que también es una extensión de mi esencia y de mi manera de percibir la belleza.

Resaltar personalidad con estilo propio.

Primero escucho a mi clienta. Cada rostro y cada persona tienen una esencia diferente, y para mí es importante entender cómo quiere sentirse. A partir de ahí, busco resaltar sus mejores rasgos sin perder su identidad. Mi estilo está en encontrar ese equilibrio entre lo que la persona es y mi propia visión de la belleza. Amo crear pieles perfectas, labios hidratados y ojos protagonistas, ese es mi sello y es lo que más le gusta a mis clientas.

Proceso creativo.

Todo comienza con la inspiración, pero no busco copiar una referencia. La adapto a la persona, a sus facciones, personalidad, vestuario y ocasión. Después pienso en el equilibrio de colores, texturas y acabados hasta encontrar un resultado que se sienta armonioso y auténtico. Siempre busco llegar al mismo resultado creando un look soft glam, un maquillaje menos cargado pero con más protagonismo.

Toda una experiencia.

Me gustaría que se fuera sintiendose especial, disfrutando el proceso y conectando con su propia imagen desde un lugar bonito. Que el maquillaje no fuera solamente el resultado y algo exterior, sino también un momento para ella, sentirse apapachada y segura de esa versión coqueta de ella misma.

El maquillaje comenzó como un sueño adolescente cuando tenía 15 años. A los 16 decidí profesionalizarme y a los 19 me atreví a emprender. Hoy por hoy, sigo compartiendo mi arte y 10 años de experiencia me acompañan.

> “Hay belleza en todo aquello que nos permite expresarnos.”



Fotografía por: Ricardo Torres

Regina Dávila

Magenta Studio

@magentastudio.mex
@regginadavila

> “Todos tenemos algo extraordinario que ofrecer; a veces, solo necesitamos encontrar la manera de hacerlo visible.”

Magenta Studio nace de una convicción clara: una marca no debe limitarse a verse bien, sino construir una identidad capaz de conectar, emocionar y generar resultados. Para Regina Dávila, crear, comunicar y contar historias siempre ha sido parte de su manera de entender la creatividad. Con el tiempo, esa inquietud personal se transformó en un proyecto profesional enfocado en ayudar a otros a materializar sus ideas.

Su proceso parte de la autenticidad. Antes de diseñar, busca comprender qué representa cada marca, cuál es su historia, qué la hace distinta y qué lugar quiere ocupar en la mente de su audiencia. Para ella, seguir tendencias sin criterio puede diluir una identidad; por eso, cada proyecto necesita una voz propia, coherencia y una narrativa capaz de permanecer en la memoria.

En Magenta Studio, el diseño se construye con intención. Colores, tipografías, recursos gráficos y mensajes responden a un propósito específico. La identidad visual no es un elemento aislado, sino la expresión de una estrategia más amplia que combina sensibilidad, claridad y dirección.



Regina considera que una marca debe sentirse como una persona: tener personalidad, valores y una manera reconocible de hablar. Esa visión también define la relación con sus clientes, pues el estudio busca involucrarse, escuchar y acompañar el crecimiento de cada proyecto.

Más que entregar campañas o piezas atractivas, el objetivo es construir marcas con significado. Para Regina, el verdadero valor creativo aparece cuando una idea adquiere forma, encuentra su voz y logra generar una conexión auténtica con las personas.

Esa es la huella que busca dejar Magenta Studio: proyectos que no solo comuniquen visualmente, sino que transmitan una esencia clara, memorable y capaz de evolucionar junto con las personas y marcas que representan cada día.

María José Núñez Díaz

Arquitecta, historiadora de arte y artista visual

@ majondk
@equilibrio_aa



Soy María José Núñez Díaz, arquitecta, historiadora del arte y artista visual originaria de Mérida, Yucatán. Mi formación comenzó en la Universidad Marista de Mérida, donde estudié Arquitectura, y posteriormente continué ampliando mi perspectiva profesional y cultural a través de mis estudios en la Universidad de Morelia, en el área de Historia del Arte. Paralelamente, he mantenido una formación artística constante en la Academia de Artes Malena Peón Fine Arts, espacio que ha sido fundamental para el desarrollo y experimentación de mi lenguaje plástico.

Mi práctica profesional como arquitecta está profundamente ligada a mi familia. En 2016, al concluir la carrera, mi despacho se fusionó con el que mis padres habían desarrollado durante años, dando origen a Equilibrio Arquitectura. Mantener el despacho como una práctica familiar ha marcado profundamente nuestra manera de trabajar: nos ha permitido conservar una relación cercana con cada proyecto y, sobre todo, escuchar al cliente. Para nosotros, la arquitectura no comienza con una forma, sino con comprender quién va a habitar el espacio, cuáles son sus necesidades, sus dinámicas y aquello que espera encontrar en él. A partir de esa escucha buscamos desarrollar soluciones que equilibren funcionalidad, identidad y sensibilidad.

Fotografía por: Ricardo Torres





Con el tiempo, la Historia del Arte amplió mi manera de entender también la arquitectura. Me permitió observar los espacios no únicamente desde su funcionamiento o composición, sino desde su contexto, su memoria y las huellas culturales que contienen. Este interés resulta particularmente significativo para mí al trabajar desde Mérida, una ciudad donde distintas épocas, tradiciones e identidades conviven constantemente.

De manera paralela desarrollo mi práctica como artista visual, principalmente desde el surrealismo, experimentando con pintura, fotografía y escultura. Mi obra surge del encuentro entre el mundo de los sueños, las experiencias personales, las problemáticas sociales y mi interés por las raíces antiguas y la memoria cultural. Actualmente trabajo en una serie de doce obras que reflexiona sobre nuestras raíces desde una mirada que entrelaza lo onírico, lo surrealista, lo prehispánico y lo contemporáneo.

Entiendo estas tres áreas —arquitectura, historia del arte y creación visual— como distintas formas de hacerme una misma pregunta: cómo habitamos, cómo recordamos y cómo transformamos aquello que nos rodea. La arquitectura me permite construir espacios; la historia del arte, comprender las huellas que los preceden; y el arte visual, imaginar y expresar aquello que muchas veces no puede decirse de otra manera.

Montse Cortes

Jinx Studio

@jinxstudiomx Montse B. D. Cortes

Jinx Studio Nails

> “Cuando haces las cosas desde lo genuino y desde tu propia aprobación, creo que nada te puede detener.”



Montse Cortes encontró en el diseño de uñas un espacio donde creatividad, identidad y conexión personal pueden convivir. A través de Jinx Studio, transforma cada diseño en una composición que parte de la personalidad de sus clientas y convierte sus manos en pequeños lienzos en movimiento.

Soy una mujer autista con diagnóstico tardío y, desde chiquita, siempre me fue complicado mantener un gusto por algo durante mucho tiempo. Siempre me gustó la pintura, por ejemplo, pero nunca le daba continuidad y constantemente intentaba hacer algo nuevo.

P. ¿En qué momento descubriste que el diseño de uñas podía convertirse en un espacio para expresar tu creatividad y desarrollar un estilo propio?

R. Empecé en el mundo de las uñas alrededor de los 15 años, casi por diversión, pero poco a poco descubrí que ahí podía concentrar toda mi creatividad. Entre 2010 y 2014 exploré distintas actividades, incluso llegué a ganar un tercer lugar estatal en ajedrez, pero no lograba concentrarme en una sola. Fue hasta 2020, cuando empecé a trabajar sola, que entendí que no solo hacía uñas: también creaba experiencias, conexión y pequeños lienzos que acompañan a cada clienta.

P. Cada diseño puede funcionar como una pequeña composición visual. ¿De dónde surge tu inspiración y qué elementos buscas para que una propuesta tenga personalidad y no se sienta repetitiva?

R. Siento que cada clienta que llega a mi mesa me permite percibir un poco de su personalidad y transformar eso en un diseño. Los colores, las figuras y las referencias siempre dicen algo de quien las elige. Desde que descubrí Pinterest, alrededor de 2013, ha sido una fuente importante de inspiración, pero hoy lo que más me interesa es construir un concepto. Siempre pregunto: ¿qué quieres representar?, ¿cómo te sientes?, ¿cuál es la vibe? A partir de palabras, imágenes o ideas inesperadas, busco crear algo que realmente puedan llevar y mostrar como parte de ellas.

P. ¿Cómo es tu proceso para transformar una referencia, una idea o incluso la personalidad de una clienta en un diseño que funcione sobre una superficie tan pequeña?

R. Siempre se trata de adaptar el diseño a la estructura de la mano y a lo que la clienta quiere representar. Para definir la propuesta tomo en cuenta tres factores principales: su personalidad, la anatomía de la mano y la morfología de la uña. A partir de ahí determino si funciona mejor una forma stiletto, cuadrada, coffin o almendrada, e incluso qué largo es el más adecuado, desde un número 1 hasta un número 7.

Aunque trabajamos en una superficie muy pequeña, para mí sigue siendo un lienzo. El arte puede comenzar como manchas, líneas o pequeños detalles que, poco a poco, toman forma hasta convertirse en una micropintura. Lo más especial es saber que mis clientas llevan ese pequeño cuadro con ellas todos los días.

P. También has creado contenido. ¿Cómo ha influido compartir tu proceso y tus diseños en redes en la manera en que experimentas, conectas con otras personas y construyes una identidad creativa?

R. Desde siempre me han gustado las redes sociales. Durante mucho tiempo fueron un refugio y una forma muy orgánica de conectar con personas de otros países. Hacía videos porque genuinamente me gustaba, sin pensar en hacerme viral. Con el tiempo, las redes cambiaron y comenzaron a involucrar más estrategias de marketing. También fui adquiriendo nuevos conocimientos: tomé un taller de fotografía que me ayudó a construir una identidad visual y después hice un rebranding. Pasar de Nails by Monts a Jinx Studio marcó un antes y un después en mi vida y en mi carrera. Era una idea que ya tenía planeada, pero terminé ejecutándola después del fallecimiento de mi abuelita, quien fue la verdadera inversionista del proyecto.



Alberto Arceo Torrente

Fotografía por: Ricardo Torres

@torrente_mx



Para Alberto Arceo, el diseño va más allá de crear algo visualmente atractivo. Su experiencia en el arte y la museografía le permitió descubrir que los espacios también pueden contar historias, involucrar al público y generar emociones capaces de permanecer en la memoria. Esta visión tomó fuerza hace aproximadamente quince años, durante una exposición de arte para niños desarrollada con la UADY.

El proyecto incorporaba realidad virtual, videomapping y activaciones lúdicas, pero Alberto descubrió que lo verdaderamente importante no era el despliegue tecnológico, sino la historia y la manera en que los niños la experimentaban. A partir de entonces comenzó a entender el diseño como una herramienta para construir experiencias. Hoy, desde Torrente, cada proyecto considera el recorrido, la espacialidad, la atmósfera y los recursos necesarios para involucrar al público.

Experiencias realizadas para Mayakobá, Xcaret y el Ayuntamiento de Mérida combinan iluminación, sonido, performance, materiales o videomapping cuando la narrativa lo requiere.

Para Alberto, la tecnología es una herramienta, no el objetivo: cada recurso debe tener una razón dentro de la historia. Esa búsqueda define el espíritu de Torrente y se resume en una frase: “Nos dedicamos a hacer cosas que nunca hemos hecho antes”. Cada proyecto representa un nuevo reto que los lleva a investigar, aprender e innovar para encontrar soluciones.

Crear experiencias significa explorar posibilidades y descubrir nuevas formas de convertir al público en parte de la historia.

Kendra Acevedo

Modelo & Creadora de Contenido

@kendraacevedo_

@kendra_acevedo

Kendra continúa consolidando su trayectoria artística en la moda, el maquillaje editorial y las pasarelas, pero hoy su perfil trasciende la lente y conecta con su audiencia. Con una visión empresarial cada vez más clara, ha convertido su presencia en una plataforma integral para la representación de firmas, posicionándose como una creadora de contenido estratégico de alto impacto comercial.

Su evolución en la industria le ha permitido dominar el proceso creativo de punta a punta: no se limita a ser la imagen de una campaña, sino que se involucra activamente en el desarrollo conceptual, la redacción de guiones y la logística de producción, asegurando que cada entrega responda a los objetivos clave de cada marca. Esta capacidad de traducir la identidad de un producto en narrativas visuales efectivas la distingue dentro del ecosistema digital actual.

Kendra busca inspirar a las nuevas generaciones a dar el paso decisivo: construir y creer en su propia marca personal desde temprano. Para ella, el éxito radica en entender que la autenticidad, la preparación constante y la iniciativa propia abren puertas en cualquier ámbito creativo; solo hace falta comenzar a trabajar con disciplina y propósito.



"Visión estratégica y el poder de la marca personal"

Fotografía por: Dylan Martínez @dylaann_sb

Valentina Baeza

Gelatinas Borboleta

@borboleta.mid

Gelatinas Borboleta



En un mercado dominado por la inmediatez y el consumo rápido surge Borboleta, un emprendimiento meridano que invita a redescubrir el valor de lo artesanal. Fundado por Valentina Baeza, este proyecto no solo ofrece postres, sino una experiencia que enseña al cliente la virtud de esperar por un producto de calidad excepcional.

La historia de Borboleta comenzó en 2020, en plena pandemia, como un homenaje a la memoria de la madre de Valentina. Lo que inició con el rescate de una receta familiar de gelatinas de leche y nuez pronto se transformó en un laboratorio creativo de más de 15 sabores innovadores, como Lotus Biscoff, carajillo y opciones naturales de temporada. La marca se distingue por su filosofía de "cero inventario": cada gelatina se elabora exclusivamente bajo pedido, garantizando una frescura inigualable que los productos comerciales no pueden replicar.

Este modelo de negocio, aunque desafiante, ha posicionado a Borboleta como un referente de exclusividad en Mérida. Valentina, contadora de profesión, ha logrado equilibrar la disciplina financiera con la sensibilidad artística, transformando un detalle afectivo en una marca registrada que crece a paso firme. Para sus clientes, pedir un Borbox —su popular presentación individual— no es solo comprar un postre; es aceptar una invitación a valorar el proceso artesanal y la dedicación detrás de cada bocado.

El éxito de Borboleta demuestra que, cuando un producto es genuino y está hecho con el corazón, el cliente está dispuesto a esperar. Mientras Valentina proyecta la apertura de su primera boutique física, su receta sigue siendo la misma: calidad, paciencia y una conexión profunda con sus consumidores. Sin duda, Borboleta es un claro ejemplo de cómo la creatividad puede transformar la adversidad en un dulce legado.

Daniela Pech

Taza 48

@taza_48

Fotografía por: Ricardo Torres



Lo que comenzó como un proyecto escolar terminó por darle forma a un sueño de muchos años. Taza 48 nace del deseo de crear una cafetería propia, pero también un espacio donde una bebida pueda convertirse en una experiencia y un recuerdo especial. Desde los 15 años, su creadora imaginaba un lugar donde las personas pudieran reunirse y disfrutar algo más que un café. Al materializar aquella idea, comenzó a desarrollar desde cero el universo de Taza 48: nombre, logotipo y una identidad inspirada en sus raíces.

La cultura yucateca, los recuerdos de infancia y la historia familiar aparecen en detalles de la marca y en sabores como la crema morisca, conservando un vínculo auténtico con su origen. Esta conexión personal también guía la creación de sus bebidas. Cada combinación parte de experiencias y sabores que han dejado huella, utilizando la creatividad para transformarlos en propuestas capaces de despertar emociones.

Así, cada producto busca contar una pequeña historia y compartir algo que va más allá de sus ingredientes. Construir esta experiencia también ha significado aprender a emprender: formar una comunidad, adaptarse y encontrar la manera adecuada de comunicar la esencia de Taza 48. Detrás de cada bebida existen dedicación y aprendizaje. Su propósito es que quienes conozcan la marca no recuerden únicamente lo que bebieron, sino el momento que vivieron alrededor de una taza.

Brenda Ruiz & Martín Ruiz



@teenearthgrand_yucatan
@teenmodel.yucatan

Fueron las circunstancias y los tropiezos los que nos llevaron, casi sin darnos cuenta, a incursionar en los certámenes de belleza. Lo que inició por necesidad familiar, apoyando a mi sobrina Mari-Fer Chacón ante la falta de respaldo, pronto se transformó en una verdadera pasión compartida.

En este camino entendimos que los valores nunca se negocian: respeto, honestidad y congruencia son fundamentales. También aprendimos a creer en los comienzos y brindar oportunidades a jóvenes y diseñadores con enorme talento. Hoy ya no basta con tener buen físico, oratoria o pasarela. En un entorno competitivo, la clave está en hallar un factor diferenciador, cultivar autenticidad y generar alianzas estratégicas. Un certamen jamás termina al entregarse la corona; la verdadera plataforma reside en lo que construyes después con esa experiencia y sus contactos.

Queremos ofrecerle a la sociedad una visión renovada. Detrás de cada banda hay disciplina, preparación y una oportunidad invaluable para proyectar a nuestro estado. Aunque persiste la falta de apoyo en ciertos sectores, visualizamos una sólida red de colaboración con empresarios, instituciones, fotógrafos y diseñadores. Se trata de generar esquemas donde todos ganen: el talento recibe herramientas para crecer, las marcas obtienen una imagen profesional para sus proyectos y Yucatán gana embajadores capaces de promover su cultura, sus destinos y su grandeza.

Buscamos cambiar la percepción colectiva: respaldar un certamen no es patrocinar un accesorio efímero, sino impulsar una plataforma de liderazgo. La invitación está abierta a construir en equipo, porque unidos multiplicamos las oportunidades. Como siempre decimos: no formamos figuras para ocupar un lugar; formamos líderes para conquistarlo, abrir caminos y demostrar que nuestro talento no tiene límites. Una corona puede representar a nuestra tierra, pero es una persona con visión y liderazgo quien logra que el mundo entero vuelva su mirada hacia nosotros.

Fotografía por: Ricardo Torres



Marifer Chacón

@mariferchaconn

Vivir la experiencia de Miss Top Model International 2026 en Lima, Perú, ha sido uno de los capítulos más especiales de mi vida. Representar con orgullo a México Riviera Maya en un escenario internacional me permitió llevar conmigo no solo una banda, sino también los sueños, el esfuerzo y el cariño de todas las personas que hicieron posible este camino.

Estoy profundamente agradecida con cada integrante de mi equipo y con los diseñadores que confiaron en mí y me hicieron lucir sus maravillosas creaciones: Iván Cruz, Will Madera, Guillermo Alayón, Christian Parra, Rogelio Dy Canchy y Daniel Salamanca. Gracias por vestir este sueño.

Mi agradecimiento especial a Christian Divat por el patrocinio de los zapatos y zapatillas que me acompañaron durante toda la concentración, y a mis coaches Ramón Cabrera y Eddu Crespo, por su preparación, disciplina y confianza.

Gracias de corazón al maquillista Ricardo Mosqueda por cada increíble look y por acompañarme con su talento y su marca de accesorios Mosquedela.

A mi amada familia morada de Team Model México, gracias por creer en mí, motivarme y estar presente en cada paso. Gracias especialmente a mi director nacional Eduardo Silva, y a mis directores estatales de Team Model Yucatán, y mi familia Brenda Ruiz y Martín Ruiz.

Me llevo amistades para toda la vida, nuevas culturas, experiencias inolvidables y personas maravillosas de distintos rincones de Latinoamérica y regresar a casa como Second Runner Up Internacional llena mi corazón de orgullo y gratitud.

Gracias, Lima. Gracias, Perú. Gracias por permitirme representar a México Riviera Maya.

Fotografía por: Ricardo Torres


RICARDO TORRES
FOTOGRAFÍA
@ricardotorresfoto
@comida_yucatan
@rt.cont
Ricardo Torres Fotografía
@richtorres6
www.ricardotorres.mx

SE VE.
SE TOCA.
SE RECUERDA.

180+ MATERIALES

Elige cómo se siente tu próxima idea.



Printz! IMPRESIÓN DIGITAL

Platícanos qué estás creando.

Printz.mx

999 386 6868

* Los materiales son una representación gráfica, pueden variar en tono y visual de textura a la realidad, recomendamos ver y tocar muestras físicas.

EST. 1985

Muebles que cuentan historia

VETA DE TECA / LÍNEAS CON HISTORIA

Madera de teca, vetas vivas y piezas hechas para habitar, durar y destacar. Cada veta, nudo, marca y variación natural cuenta una historia propia. En Veta de Teca no vemos la madera únicamente como una materia prima, sino como un material vivo que conserva su esencia, su carácter y su belleza natural.



Veta de Teca

LÍNEAS CON HISTORIA

@vetadeteca - Instagram y Facebook
WhatsApp: 999 910 2817

Veta de Teca

LÍNEAS CON HISTORIA



megaprint

Soluciones en Impresión Digital
al alcance de un Clic

GANA CON NOSOTROS

Regístrate y obtén puntos cashback



Nuestras Sucursales:

PLAZA ODARA
PLAZA POCITO
PLAZA ROYAL CAUCEL
PLAZA AKROPOLIS
MONTEBELLO
FRANCISCO DE MONTEJO

Cotiza con nosotros:

999 275 94 54

www.megaprint.com.mx

Síguenos en nuestras redes sociales