

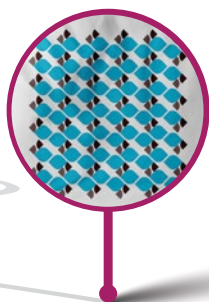
# istmo 372

**Querido lector:** Te invitamos a descubrir la presente edición «México y el valor de sus empresas, marcas y productos». En ella buscamos aludir a las empresas mexicanas como una posible alternativa para salir adelante tras un año de crisis sanitaria y económica.

Te sugiero iniciar tu lectura por el artículo «La marca país. Sí se puede reinventar a México» de **Silvia Cacho-Elizondo**, quien afirma: «No sabemos cuándo terminarán estos tiempos de incertidumbre, lo que sí sabemos es que México es nuestro proyecto, del que dependen nuestras empresas, nuestras familias, nuestra gente que sale cada día a trabajar porque cree en su país».



En esta línea, te recomiendo revisar la entrevista a las socias fundadoras de **The Ambassador Brands**, proyecto que tiene como objetivo inspirar a las marcas de origen mexicano a ser mejores y potenciar su labor para enriquecer la imagen del país.



Antes de abandonar la edición, aprovecha para darte una vuelta por Paráfrasis, donde hallarás un artículo de **Adán Aguilar** a propósito de la declaración de 2021 como el Año Internacional de la Economía Creativa. Por otro lado, **Óscar Jiménez** nos comparte algunas reflexiones sobre la «bicefalia» de Carlos Llano.



Por otro lado, **Ana María Olabuenaga** destaca en entrevista que las marcas que llevan la bandera de México cuando hacen su trayecto por el mundo, generan riqueza y buena reputación para todo el país.



Una perspectiva interesante la encontrarás en **Moisés Flores**, quien desde su papel de CFO de Kavak, el primer «unicornio mexicano», considera que en los próximos meses surgirán más «unicornios» pues se ha abierto el apetito de los inversionistas para invertir en capital semilla.



Para cerrar este número, te recomiendo revisar el succulento artículo de **Héctor Zagal**: «Comida mexicana: historia de una fusión»



**¡Que disfrutes tu lectura!**

**Alejandrina Lincoln**  
Editora en jefe de **istmo**