



Raptor anuncia la incorporación del boxeador Lester Martínez como su nuevo embajador de marca



Guatemala alcanza y supera la meta en la Lechetón 2025 con 35,000 litros de leche

**Jaime Viñals
presenta
“Legado de Cumbres”**



Raptor anuncia la incorporación del boxeador Lester Martínez como su nuevo embajador de marca

Raptor anuncia la incorporación del boxeador internacional guatemalteco Lester Martínez como su nuevo embajador de marca, en un patrocinio que iniciará en enero de 2026 y se extenderá por un año. La firma de este patrocinio consolida la visión de la marca por conectar más genuinamente con los consumidores y continuar apoyando el talento nacional.

Este patrocinio busca reforzar valores como: constancia, esfuerzo, liderazgo,

Energía y resiliencia para lograr metas; atributos que definen tanto a la marca como al deportista.



"Creemos que la determinación y el trabajo duro son la fórmula para ganar, y Lester es el ejemplo perfecto de ello, y junto a él reafirmamos nuestro compromiso de impulsar el talento guatemalteco. Su energía y determinación reflejan exactamente lo que significa ser parte de Raptor", afirmó Ricardo López, gerente de categoría de Energizantes.

Martínez es el primer guatemalteco en entrar al top 10 del ranking mundial supermediano del CMB (Consejo Mundial de Boxeo). Además, cuenta con un récord profesional de 19 victorias (16 por nocaut), 0 derrotas y 1 empate; entre otros títulos latinoamericanos del CMB y OMB (Organización Mundial de Boxeo). Es un orgullo representar a una marca que comparte mi visión: competir contra los mejores con energía y nunca rendirse", expresó Lester Martínez.



Durante 2026, el boxeador será la imagen principal en campañas digitales, institucionales y eventos deportivos, llevando el mensaje de energía y espíritu inquebrantable a miles de consumidores y seguidores para quienes él representa un ejemplo, tanto en Guatemala como a nivel mundial.

"Este patrocinio no es solo una alianza deportiva, es una declaración: creemos en el talento guatemalteco, y creemos que la disciplina, y el trabajo duro para alcanzar la victoria", comentó Emilio Espinoza, gerente regional de Raptor.

Guatemala alcanza y supera la meta en la Lechetón 2025 con 35,000 litros de leche



La Lechetón 2025, una iniciativa de recolección organizada por los Clubes de Leones de Guatemala concluyó con éxito gracias a la solidaridad de miles de guatemaltecos y al respaldo de sus patrocinadores, Tetra Pak, TV Azteca, Fundación Azteca y Walmart. Durante la jornada realizada el 15 y 16 de noviembre, se lograron recolectar más de 35,000 litros de leche en envases de Tetra Pak, que serán destinados a mejorar la nutrición de niños en situación de riesgo.

Este resultado, que equivale a 140,000 vasos de leche, confirma que, cuando la sociedad se une, es posible generar un impacto significativo frente a uno de los mayores retos del país: la desnutrición crónica que afecta al 46.5 % de los niños menores de cinco años, según datos del SIINSAN.



La colecta se llevó a cabo en 25 supermercados aliados de las cadenas Paiz, Walmart, Maxi Despensa y Despensa Familiar, donde los ciudadanos adquirieron leche de las marcas Foremost, Lala, Dos Pinos y Leche Australia y la entregaron a los más de 450 voluntarios de los 19 Clubes de Leones y Clubes Leo de Guatemala, quienes estuvieron presentes en cada punto de recolección.

Evelyn Paiz, Directora Nacional de Lechetón y Administradora del Club de Leones Guatemala Umatlán, expresó "Este logro refleja la generosidad de los guatemaltecos y el compromiso de nuestros aliados. Cada litro donado representa esperanza y bienestar para miles de niños que necesitan una oportunidad para crecer sanos."

Por su parte, Tetra Pak, socio estratégico de la campaña, reafirmó su compromiso con la nutrición y la sostenibilidad. *"Cada envase donado protege no solo los alimentos, sino también el futuro de la niñez guatemalteca," señaló Bruno Basile, jefe de Comunicaciones para Centroamérica y el Caribe.*

Los Clubes de Leones de Guatemala agradecen profundamente a todos quienes hicieron posible esta colecta y recuerda que la lucha contra la desnutrición continúa. Exhorta a la población a seguir apoyando estos proyectos, porque cada aporte, por pequeño que sea, transforma vidas.

PIKOS inaugura su nuevo punto de venta en ESKALA ROOSEVELT



Píkos, la marca 100% guatemalteca que ha transformado la forma de disfrutar el pollo frito, continúa su ruta de expansión con la apertura de su nueva sucursal en Eskala Roosevelt, un paso estratégico que reafirma su visión de crecimiento sostenible dentro del mercado de comida rápida en el país.

Píkos surgió como un modelo de cocinas ocultas, una tendencia que cobró relevancia durante los años posteriores a la pandemia, Hoy, con seis locales en operación, Píkos avanza hacia un modelo de expansión con propósito, que busca no solo fortalecer su presencia en la capital, sino también generar empleo y posicionar al talento guatemalteco en la industria gastronómica.

La nueva sucursal en Eskala Roosevelt representa un punto clave dentro de su plan de crecimiento. Su ubicación estratégica responde a un público diverso que valoran la comida de calidad, el servicio ágil y los espacios que invitan a compartir. Este formato combina el dinamismo del servicio rápido con el diseño de ambientes modernos, coloridos e “instagrammeables”, en línea con su filosofía de marca.

“Píkos llegó para quedarse. Nuestro objetivo no es solo abrir más locales, sino crear experiencias que conecten emocionalmente con los guatemaltecos, a través del sabor, la alegría y los momentos compartidos”, expresó Maco Sosa, cofundador de la marca.

Con esta apertura, Píkos reafirma su compromiso con la innovación, el empleo local y la excelencia en servicio, mientras proyecta su expansión hacia nuevos puntos de la ciudad y un fortalecimiento de su presencia digital. La marca se consolida, así como un referente del emprendimiento guatemalteco moderno, capaz de competir en un entorno cada vez más exigente, sin perder su autenticidad ni su conexión con el consumidor.

Jaime Viñals presenta “Legado de Cumbres”, inspirado en el Récord Guinness por escalar los 14 volcanes más altos de Guatemala

El montañista y conferencista internacional Jaime Viñals presentó oficialmente su noveno libro, “**Legado de Cumbres** / **Legacy of Summits**”, una obra que relata la travesía que lo llevó a alcanzar un Récord Guinness Mundial por escalar los 14 volcanes de Guatemala más altos, que superan los 3,000 metros de altura. Este logro histórico, obtenido en 2025, dio origen a una nueva categoría creada por Guinness World Records, reconociendo la hazaña de Viñals y reafirmando su liderazgo global, así como su profundo compromiso con Guatemala. El evento se realizó el miércoles 26 de noviembre en Ciudad Cayalá, ante la presencia de periodistas de diferentes medios de comunicación, líderes empresariales, representantes de diferentes entidades, académicos, deportistas, artistas y montañistas.

Durante la presentación, los asistentes conocieron imágenes inéditas de la expedición y escucharon al autor compartir los desafíos, aprendizajes y momentos que marcaron esta experiencia. Viñals explicó que el libro surgió por invitación del equipo de Guinness World Records, tras certificar su hazaña en la ciudad de La Antigua Guatemala, quienes lo animaron a documentar el proceso y compartir las lecciones que dejó el reto.

“Cada montaña me recordó que el verdadero valor de una cima está en lo que aprendemos durante el ascenso. Este libro es mi forma de agradecerle a mi país y compartir las lecciones que las cumbres me han dejado”, expresó Jaime Viñals durante su intervención.

El montañista destacó que “**Legado de Cumbres**” representa una graduación personal y profesional, el cierre de un ciclo de aprendizaje y la oportunidad de dejar un testimonio para las nuevas generaciones.



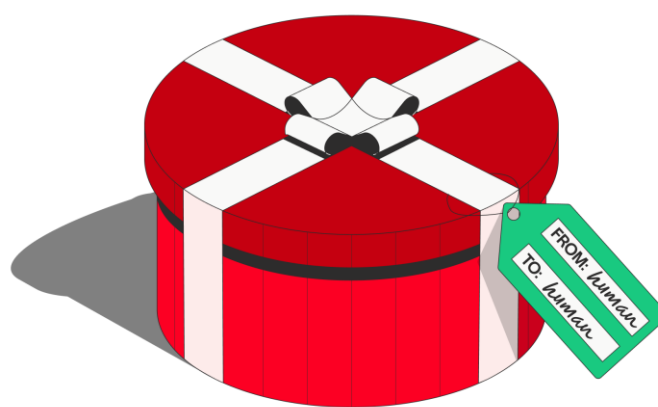
La publicación combina la narrativa del ascenso con una mirada íntima a la filosofía de vida de Viñals. En sus páginas, el autor relata el proceso físico, mental y logístico detrás de la conquista de los volcanes más altos del país, junto con reflexiones sobre liderazgo, trabajo en equipo e innovación.

El libro incluye: descripciones y fotografías de los 14 volcanes guatemaltecos de más de 3,000 metros de altura, ilustraciones, mapas y esquemas que muestran cada ruta y su contexto natural.

Así como capítulos sobre sus inicios en el montañismo, el valor de la preparación y los aprendizajes obtenidos a lo largo de su carrera. Reflexiones sobre resiliencia, propósito y crecimiento personal.

Black Friday: Los guatemaltecos son cautelosos ante fraudes digitales

El consumidor guatemalteco se está convirtiendo en uno de los más entusiastas y, al mismo tiempo, de los más desconfiados del comercio electrónico en América Latina. Según los resultados de una nueva encuesta de World, realizada a más de 31,400 personas en 10 países, incluyendo a más de 1,400 personas en Guatemala, la temporada de ofertas sigue siendo un escenario propicio para fraudes, estafas y la competencia desigual entre humanos y bots.



En Guatemala, 1 de cada 4 guatemaltecos ha sido víctima de un fraude digital. Aunque la exposición es menor que el promedio regional, el consumidor está cada vez más alerta ante posibles estafas en temporadas de descuentos. Pero el verdadero impacto aparece en el comportamiento de compra: más del 55% de los guatemaltecos encuestados ha abandonado una compra por miedo a un fraude o por sospecha de bots; esto refuerza la idea de que la confianza se ha convertido en un elemento esencial en la decisión de compra.

Este cambio resalta una creciente crisis de confianza en el comercio electrónico. Siete de cada diez guatemaltecos sospechan que las reseñas en plataformas en línea pueden no ser totalmente auténticas. Mientras que el 27% consultó el perfil del vendedor para determinar si la oferta era real. La desconfianza en internet tiene muchas caras, desde perfiles de vendedores que parecen falsos hasta reseñas generadas por IA. A pesar de la cautela, el estudio muestra que los guatemaltecos están dispuestos a restaurar la confianza en el entorno digital. El 89% afirma que podría adoptar tecnologías de prueba de humanidad simples y seguras si eso garantizara una experiencia más justa, con reseñas reales y menos fraudes.

El consumidor guatemalteco busca ofertas, pero solo confía en aquellas que demuestran transparencia y legitimidad. La encuesta confirma que el futuro del e-commerce en Guatemala no girará únicamente en torno al precio, sino a la confianza. El comprador Guatemalteco se consolida como un actor clave en esta transformación hacia una nueva economía digital basada en confianza y credibilidad.

Prueba de humanidad: importante para el comercio electrónico. Las medidas de seguridad tradicionales en línea como contraseñas, CAPTCHAs y firewalls no detienen a los bots que dominan las ventas, revenden productos o inundan los sitios con reseñas falsas. La tecnología de prueba de humanidad (PoH, por sus siglas en inglés) ofrece una nueva base de confianza en línea al garantizar que solo humanos participen en promociones, reseñas e interacciones digitales, reduciendo fraudes, perfiles falsos y el uso indebido de automatizaciones.

World ID surge como una herramienta relevante para el retail digital. Desarrollado por World, propone una credencial digital que permite demostrar que una persona es un humano único sin revelar su identidad. La tecnología funciona de manera descentralizada y preserva la privacidad: tras una verificación de prueba de humanidad, la persona recibe un código matemático que puede usar para confirmar que es real (y no un bot), sin compartir datos personales con empresas, tiendas o plataformas. Durante esta temporada de ofertas, la industria del retail tiene la oportunidad de ofrecer una mejor experiencia a sus clientes y tomar medidas para que comprar vuelva a sentirse justo y, sobre todo, confiable.