

Guatemala, Centroamérica

10 de enero de 2026

Número 2436



“Alto al Fuego” la nueva campaña que busca disminuir las quemas agrícolas

Coca-Cola se prepara para Copa Mundial 2026



Últimas noticias
Impulso del bienestar físico y mental con centros deportivos





Impulso del bienestar físico y mental con centros deportivos

En la búsqueda por promover el desarrollo integral de la ciudadanía, las **academias deportivas** situadas en los Centros Deportivos y Parques de la Paz del Ministerio de Cultura y Deportes se han posicionado como una **opción gratuita y accesible** para los guatemaltecos interesados, esto bajo la coordinación de expertos como Gerson Ramos, del Parque Erick Barrondo, estos espacios no solo buscan el perfeccionamiento técnico en diversas disciplinas, sino que aspiran a transformar la calidad de vida de niños, jóvenes y adultos a través de un enfoque de bienestar.

La integración a una academia deportiva representa para el usuario una oportunidad única para potenciar sus **habilidades físicas y motoras** bajo supervisión profesional. El instructor Ramos destaca que la práctica constante no solo mejora el rendimiento atlético, sino que es una herramienta preventiva fundamental que favorece la **circulación cardiovascular y disminuye la tensión muscular**, permitiendo que el cuerpo funcione de manera óptima en las actividades cotidianas.



La salud mental: El beneficio invisible

Adicionalmente, uno de los puntos enfatizados por la coordinación de estas academias, es el impacto del ejercicio buscando trascender lo puramente corporal. Buscando también el bienestar emocional es prioritario, la actividad física dirigida contribuye significativamente a la **salud mental** de los participantes.

Según los informes técnicos, quienes asisten regularmente a estas academias reportan:

- Una notable **reducción en los niveles de estrés** acumulado.
- Mejoría en la **calidad del sueño**, facilitando un descanso reparador.
- Un incremento en la **energía diaria**, lo que se traduce en mayor productividad y mejor estado de ánimo.

Para garantizar que la experiencia sea placentera y segura, las academias ofrecen un **valor agregado** que las distingue de otras iniciativas. Los usuarios tienen acceso a **instalaciones deportivas completas** en todo el país, las cuales cuentan con servicios esenciales como:

- **Servicio clínico médico gratuito** para atender cualquier eventualidad durante la práctica.
- Vigilancia permanente y **entornos seguros** para la tranquilidad de las familias.
- Áreas de parqueo y espacios diseñados para una convivencia agradable.

AILA informa de las emergencias atendidas a usuarios



La seguridad en la principal terminal aérea del país no se limita al control migratorio o la navegación aérea; se extiende de forma crítica a la salud de quienes transitan por sus instalaciones. Durante el año **2025**, la Coordinación de Emergencias del Aeropuerto Internacional La Aurora (AILA) consolidó su operatividad al brindar **atención médica a un total de 637 emergencias**, asegurando una intervención oportuna para pasajeros, tripulaciones y el propio personal aeroportuario.

Respuesta inmediata: El factor de los cuatro minutos

La capacidad de reacción ante un incidente de salud es determinante en un entorno de alto flujo como el aeropuerto. En este sentido, la Unidad de Coordinación de Emergencias (UCE) reportó una estadística de alta eficiencia: el **97 %** de las atenciones fueron cubiertas íntegramente dentro de las instalaciones del aeropuerto.

Compromiso con la seguridad integral
Este despliegue de recursos y talento humano forma parte de una estrategia mayor liderada por la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC).

Según informes de la institución, estas acciones están diseñadas para **fortalecer la seguridad y la atención integral** dentro de la terminal, garantizando que la operación aeroportuaria no solo sea fluida en términos de vuelos, sino también segura en términos de bienestar humano.

liberal GT
somos guate

Ecosistema informativo regional



liberalgt.com



Liberal Gt



@GtLiberal

Pauta con nosotros Hp@liberalgt.com



Coca-Cola se prepara para Copa Mundial 2026

La pasión por el fútbol está a punto de alcanzar un nuevo nivel en territorio guatemalteco. **Coca-Cola**, socio histórico de la FIFA, ha anunciado oficialmente el inicio de una serie de experiencias inmersivas y promociones diseñadas para que los aficionados vivan de cerca la emoción de la **Copa Mundial de la FIFA™ 2026**. Este despliegue no solo busca celebrar el torneo más importante del planeta, sino también brindar a los guatemaltecos oportunidades exclusivas de participar en eventos de talla mundial.

El regreso del trofeo más codiciado

El evento central de esta celebración es el **Tour del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA™ 2026**, una gira global que arrancará en Riad, Arabia Saudita, el 3 de enero de 2026. Tras recorrer 30 Asociaciones Miembro en un periplo de más de 150 días, el trofeo original aterrizará en Guatemala el próximo 13 de febrero de 2026.

La sede de este encuentro será el **Parque de la Industria**, donde los fanáticos tendrán la oportunidad única de ver de cerca el símbolo máximo del fútbol. Para asistir a esta experiencia, los consumidores podrán adquirir su boleto mediante la compra de una Coca-Cola (Sabor Original o Zero) en **tiendas Super 7**. Al solicitar y escanear un código QR con el cajero, los interesados podrán registrarse en la plataforma oficial para participar por un lugar en este evento histórico.

Premios instantáneos y viajes a la Copa del Mundo

A partir del **26 de enero de 2026**, se activará una agresiva campaña promocional a través de los empaques de 600 ml y 2.5 litros. Los consumidores encontrarán un **código bajo la tapa** que debe activarse vía WhatsApp. Esta mecánica permitirá participar por **mil premios instantáneos**, entre los que destacan balones Adidas, camisetas y otros artículos promocionales oficiales.

Sin embargo, el incentivo más ambicioso se encuentra en las **tapas especiales**, las cuales ofrecen la posibilidad de ganar **viajes dobles** para presenciar en vivo la experiencia de la Copa Mundial de la FIFA™ 2026. Con esto, la marca busca acercar a la afición guatemalteca al epicentro del deporte rey.

- **Gestión del hambre extrema:** Un error común es ayunar antes de un evento importante. Los expertos recomiendan consumir un **snack ligero**, como yogur, fruta o frutos secos, para evitar comer en exceso al llegar a la celebración.

"Estamos emocionados de ser parte de la pasión del fútbol y traer a Guatemala experiencias que van mucho más allá del juego. El Tour del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA™ 2026, presentado por Coca-Cola, es una invitación para que los fans vivan y sientan todas las emociones que solo el Mundial puede generar", señaló Denise Picot, directora de Mercadeo de Coca-Cola para la Zona Centro.

El fútbol en Guatemala actúa como un fuerte elemento de cohesión social. Al traer el Trofeo Original, se permite que la población se sienta parte de un evento global, independientemente de la clasificación deportiva.

Coleccionismo y ediciones especiales

Para los entusiastas de los artículos conmemorativos, Coca-Cola ha preparado una oferta variada que incluye:

- **Álbum Panini:** A mediados de abril, la presentación de 3 litros de Coca-Cola sabor original incluirá un sticker exclusivo y único para coleccionar.

- **Vasos Coleccionables:** Podrán canjearse presentando dos etiquetas de presentaciones no retornables (desde 1.5 L hasta 3 L) más un pago de Q5.

- **Latas de Edición Especial:** Se lanzará una serie de 8 diseños exclusivos alusivos al torneo, diseñados para capturar cada detalle de la emoción mundialista.

Un vínculo histórico con el deporte

Estas iniciativas no son fortuitas, sino que reflejan una **relación de casi cinco décadas** entre The Coca-Cola Company y el ente rector del fútbol mundial. La marca mantiene una alianza con la FIFA desde 1976 y ha sido patrocinador oficial de los mundiales de forma ininterrumpida desde 1978.





Henkel apoyó a 1,400 guatemaltecos con su programa de voluntariado

Con un enfoque centrado en la sostenibilidad y el bienestar comunitario, la compañía **Henkel** ha consolidado su presencia en el país no solo como un actor económico, sino como un motor de cambio social. Durante el año 2025, la empresa reafirmó su compromiso con las comunidades guatemaltecas a través de su programa global de voluntariado corporativo, **Make an Impact on Tomorrow (MIT)**, logrando beneficiar de manera directa a más de **1,400 personas**.

Esta iniciativa, que se erige como uno de los pilares fundamentales de su estrategia de sustentabilidad, centró sus esfuerzos en proyectos clave de **educación, salud e infraestructura social**, impactando diversas regiones del territorio nacional.

Inversión estratégica y alianzas por el bien común

La ejecución de estos proyectos durante el último año representó una inversión total que superó los **Q500 mil**, fondos destinados a fortalecer el desarrollo integral de niños y familias. Para maximizar el alcance de estas acciones, Henkel trabajó en estrecha colaboración con organizaciones de reconocida trayectoria, tales como **Fundación Crisálida, Fundación Visión Mundial, Asociación Miguel Edilio Vargas y Operación Sonrisa**.

“MIT representa nuestro compromiso de ser pioneros con el corazón para el bien de las generaciones. Con cada proyecto buscamos no solo contribuir al desarrollo de las comunidades, sino también fortalecer el sentido de propósito entre nuestros colaboradores”, resaltó Jesús Valenzuela, presidente de Henkel Guatemala.

En total, se ejecutaron siete proyectos comunitarios de alto impacto, entre los que destacan:

- **Infraestructura Educativa:** Se realizó el remozamiento de una cocina escolar en Villa Nueva y la construcción de un aula nueva en una escuela rural de Santa María Cahabón, Alta Verapaz.
- **Salud y Rescate:** En el departamento de Petén, se brindó equipamiento dental y mejoras estructurales a la clínica de Operación Sonrisa. Asimismo, los Bomberos Voluntarios de Mixco y San Lucas recibieron donaciones de equipo médico de emergencia y mejoras en sus instalaciones.
- **Espacios Recreativos:** Se llevó a cabo la renovación de un parque infantil en la comunidad de Manzanillo, San Lucas, fomentando áreas seguras para el esparcimiento infantil.



Más allá de la inversión económica, la cultura de la empresa se manifestó a través de la participación activa de sus colaboradores, quienes realizaron jornadas de **voluntariado corporativo** dedicadas a la pintura y adecuación de centros educativos, fortaleciendo el espíritu solidario de la organización.

Horizonte 2026: Hacia la era digital y la sustentabilidad

Con la mirada puesta en los desafíos venideros, Henkel ha anunciado una evolución estratégica de su programa MIT para este **2026**. El nuevo ciclo de proyectos estará fuertemente orientado a dotar a las personas de herramientas para el futuro, priorizando la **educación, las competencias digitales y la formación en sustentabilidad**.



@gtLiberal

Contáctenos: hp@liberalgt.com

Liberal Gt

Apertura de tienda Curacao 81 en Quiché



La cadena líder en artículos para el hogar, La Curacao, continúa su ambicioso plan de expansión en el territorio nacional con la inauguración de su **sucursal número 81 en Guatemala**. Esta nueva apertura, situada estratégicamente en el **Centro Comercial Los Celajes**, representa un hito para la marca al consolidarse como su **segundo punto de venta en el departamento de Quiché**, reafirmando su compromiso histórico de estar cada vez más cerca de las familias guatemaltecas.

Una oferta integral para el hogar quichelense

La nueva tienda se encuentra ubicada en el **local 102 de La Rochela**, específicamente sobre la carretera que conecta Santa Cruz del Quiché con Totonicapán. Con esta ubicación, la empresa busca facilitar el acceso a los pobladores de la región, poniendo a su alcance una amplia gama de categorías que permiten equipar y renovar el hogar en un solo lugar.

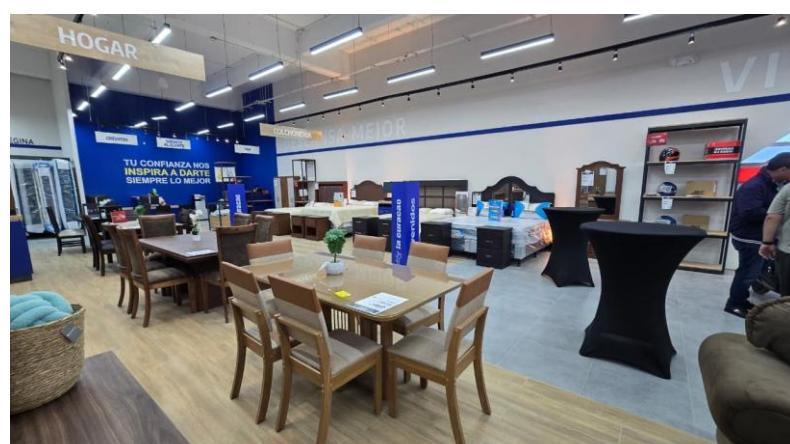
Entre la oferta de productos que los clientes pueden encontrar en esta nueva sede destacan:

- **Línea blanca y muebles** para el confort del hogar.
- Lo último en **tecnología, electrónicos, audio y video**.
- Opciones de movilidad con una variada selección de **motocicletas**.

“En La Curacao queremos que nuestros clientes en Quiché tengan más facilidades para equipar y remodelar su hogar. Por eso, contamos con beneficios especiales como comprar en 18 y pagar en 24 meses, solicitando el crédito a 18 cuotas y obteniendo la posibilidad de pagarlos en 24” indicó Marco Galván, Gerente Comercial de La Curacao Guatemala.

Experiencia de compra y beneficios adicionales

Siguiendo el modelo que distingue a la cadena, La Curacao Los Celajes no solo ofrece productos de marcas reconocidas, sino que apuesta por una **experiencia de compra integral**. Esto incluye un servicio de **asesoría personalizada** para que cada cliente encuentre el producto que mejor se adapte a sus necesidades, respaldado por sistemas de garantías que aseguran la inversión de los compradores.



Renovación de imagen en Mapfre por estrategia de marca

Mapfre ha presentado oficialmente su **nueva identidad visual**, una evolución que responde a años de transformación del negocio para adaptarse a las necesidades actuales de los clientes y al acelerado contexto tecnológico y social. Esta renovación no solo busca proyectar una imagen más moderna, sino también **reafirmar la esencia de la organización** mientras transmite de manera más eficiente su actividad en todos los mercados y unidades de negocio donde opera.

Del rojo icónico a la cercanía de las minúsculas

El cambio estético mantiene el legado de una institución con más de **90 años de trayectoria**, pero se actualiza con elementos que reflejan una compañía dinámica e innovadora. Entre los cambios más destacados se encuentran:

- **Evolución del color:** El emblemático rojo de la marca se transforma en un tono **más vibrante y decidido**.
- **Renovación del logotipo:** El icónico trébol ha sido rediseñado para resultar más atractivo y actual.
- **Tipografía y cercanía:** El uso de **letras minúsculas** en la nueva marca busca transmitir una mayor proximidad con el público.

Este movimiento estratégico tiene como pilar fundamental la relación con los clientes y otros grupos de interés. Al aprovechar con agilidad las posibilidades de la revolución tecnológica, Mapfre busca afianzar una relación más personalizada, sencilla y cercana con quienes confían en sus servicios, facilitando además la llegada a nuevos segmentos de público.

Estrategia de implementación global y gradual

La nueva identidad de Mapfre no aparecerá de forma inmediata en todos sus activos, sino que seguirá un plan de implementación gradual durante los próximos tres años en todos los países donde la aseguradora tiene presencia directa. La estrategia priorizará la adaptación local en cada territorio para asegurar que la marca sea relevante y comprensible en todos los mercados culturales y geográficos.

La actualización abarcará una red global masiva:

- Más de 4,600 oficinas en todo el mundo.
- Canales digitales y activos estratégicos como las sedes centrales de la compañía.
- Unidades de negocio especializadas, incluyendo las áreas de reaseguro y grandes riesgos.

El proceso comenzará por los elementos considerados más estratégicos, como la presencia online y las oficinas principales, para luego avanzar de manera escalonada en el resto de la infraestructura física y digital de la firma.



“Alto al Fuego” la nueva campaña que busca disminuir las quemas agrícolas

En un esfuerzo para frenar la frecuencia de incendios que cada año devastan miles de hectáreas en el país, el Sistema de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED) ha presentado la campaña interinstitucional **“Alto al Fuego”**. A esta iniciativa se ha sumado de forma estratégica el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), con el objetivo primordial de salvaguardar el **patrimonio agropecuario** y promover una cultura de prevención entre los productores nacionales.

Del fuego al rastrojo: El cambio de paradigma en el campo

El núcleo de la propuesta del MAGA para esta temporada es la sustitución definitiva de las quemadas agrícolas. Históricamente, el uso del fuego ha sido una práctica común para limpiar terrenos; sin embargo, las autoridades agrícolas instan ahora a los productores a ver los residuos de cosecha, o rastrojo, no como desechos que deben ser destruidos, sino como un aliado fundamental para la salud del suelo.

Esta transición hacia el manejo adecuado de residuos no es solo una medida de seguridad, sino una estrategia de mejora productiva. Según los informes técnicos de la institución, la adopción de la **labranza mínima** y el aprovechamiento del rastrojo ofrecen tres beneficios críticos para el agricultor:

- 1. Conservación de humedad:** El rastrojo actúa como una barrera física que protege las semillas de la radiación solar directa y minimiza la evaporación del agua en el suelo.
- 2. Nutrición orgánica:** Al distribuirse uniformemente, estos restos vegetales se descomponen y se transforman en **abono natural**, incrementando la fertilidad de la tierra para ciclos futuros.
- 3. Escudo contra incendios:** Mantener esta capa vegetal controlada previene la acumulación de material altamente inflamable, lo que dificulta la propagación descontrolada de llamas en caso de un siniestro cercano.

Riesgos latentes y respuesta institucional

El uso indiscriminado del fuego no solo pone en peligro las cosechas, sino que tiene repercusiones a gran escala. El MAGA ha advertido que las quemadas degradan severamente la calidad del aire y aumentan la vulnerabilidad ante desastres ambientales, afectando directamente la salud respiratoria de las familias rurales.

En respuesta a estas amenazas, la campaña “Alto al Fuego” se articula bajo la **Función 11 del Plan Nacional de Respuesta**, denominada “Atención de Incendios”. Esta estructura permite que diversas instituciones trabajen de forma unificada en la prevención y combate de siniestros a nivel nacional. Las autoridades recalcan que, ante cualquier avistamiento de fuego en áreas boscosas o agrícolas, la población debe informar de inmediato al **número de emergencia 119 de la CONRED**.



SIGUENOS EN: www.conred.gob.gt La prevención es tarea de todos!