

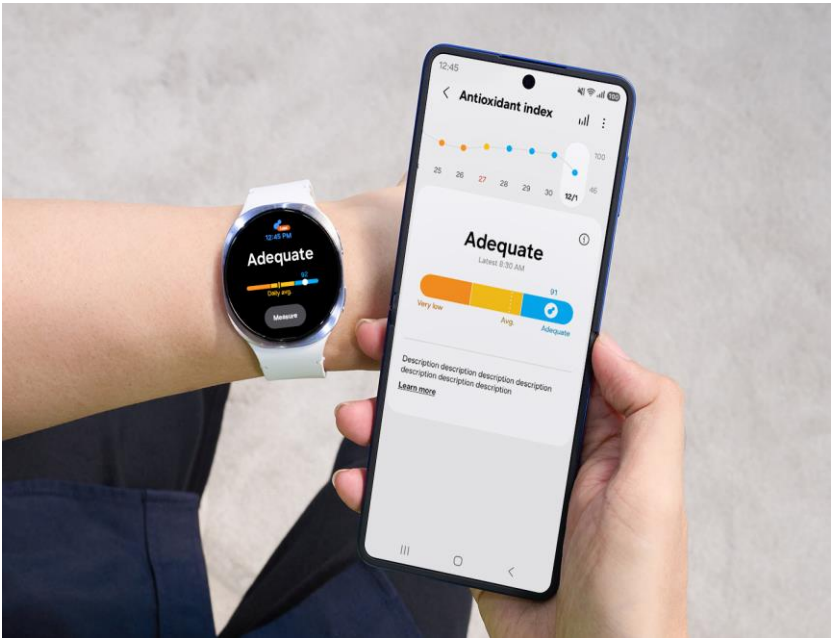


**LG redefine el
Super Tazón 2026
con una inmersión total**



**Las 5 tendencias
de Experience
Engineering que
marcarán el 2026,
según VML**

**La IA impulsa una
nueva era de salud
preventiva más
inteligente,
personalizada y
accesible**



Instituto Mathile reduce la desnutrición crónica infantil en Tecpán

En un territorio donde la desnutrición crónica ha condicionado por décadas el desarrollo de la niñez, hoy la ciencia y la articulación social ofrecen resultados concretos y esperanzadores. El Instituto Mathile, en alianza con Rotaract Guatemala Sur, presentó los resultados del proyecto Un Sorbo de Vida, una intervención nutricional desarrollada en la comunidad de Paquip, Tecpán, que logró una reducción de 21.9 puntos porcentuales en la desnutrición crónica infantil en niños menores de dos años, tras nueve meses de implementación.

Previo a la intervención, en 2024, el 62.5% de los niños evaluados vivía con desnutrición crónica, y más de un tercio enfrentaba cuadros severos. Para 2025, esta cifra descendió a 40.6%, destacando una reducción especialmente significativa en los casos más graves, que pasaron de 35% a 12.5%, reflejando un impacto directo en los niños en mayor condición de vulnerabilidad.

La intervención benefició a 200 niños de entre 6 meses y 5 años, con un seguimiento intensivo a una muestra de 40 niños menores de dos años, etapa crítica para el desarrollo físico, cognitivo y neurológico. Este acompañamiento permitió mediciones periódicas y precisas de peso y talla, en coordinación con el centro de salud local, fortaleciendo el monitoreo comunitario y la atención oportuna. La implementación del proyecto fue posible gracias a la donación del suplemento nutricional Chispuditos y al liderazgo operativo y comunitario de Rotaract Guatemala Sur, cuya coordinación y seguimiento permitieron una ejecución consistente y resultados verificables.

El programa incorporó Chispuditos, una solución nutricional creada por el Instituto Mathile a partir de más de una década de investigación científica aplicada, diseñada para responder a las brechas nutricionales críticas en la primera infancia. Su fórmula M+ aporta 21 vitaminas y minerales esenciales entre ellos hierro, zinc y vitaminas del complejo B claves para el crecimiento, el desarrollo cognitivo y el fortalecimiento del sistema inmunológico, especialmente en contextos donde el acceso a alimentos de origen animal es limitado.



Más allá de la recuperación nutricional, el informe evidencia un impacto preventivo relevante: los niños que se encontraban en riesgo o en el límite no evolucionaron hacia formas más severas de desnutrición crónica, posicionando al proyecto como una herramienta efectiva tanto de tratamiento como de prevención temprana.

El proyecto Un Sorbo de Vida forma parte del modelo de filantropía científica que impulsa el Instituto Mathile, enfocado en generar impacto social medible, costo-eficiente y sostenible, a través de soluciones nutricionales validadas científicamente y alianzas estratégicas con actores comunitarios, organizaciones juveniles y el sector salud.

“La experiencia en Paquip, Tecpán, demuestra cómo la articulación comunitaria, el compromiso social y la ciencia aplicada pueden transformar realidades en territorios con alta vulnerabilidad nutricional”, destacó Lucía Meneses, responsable de Programas Sociales del Instituto Mathile.

La IA impulsa una nueva era de salud preventiva más inteligente, personalizada y accesible

La inteligencia artificial (IA) se consolida como una de las herramientas más prometedoras para redefinir la salud preventiva a nivel global. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, identificar patrones complejos y generar alertas tempranas está permitiendo un cambio profundo: dejar atrás un sistema que actúa cuando la enfermedad ya se manifiesta, para avanzar hacia uno que busca prevenirla antes de que aparezca.

Una de las aplicaciones más potentes de la IA en este ámbito es el análisis de imágenes médicas. Algoritmos especializados ya son capaces de revisar radiografías, resonancias magnéticas o mamografías, detectando anomalías sutiles que podrían pasar inadvertidas al ojo humano, acelerando los diagnósticos y aumentando las probabilidades de tratamientos exitosos. A esto se suma la predicción de riesgos, donde la IA analiza historiales clínicos, biomarcadores y hábitos de vida para identificar a personas con mayor probabilidad de desarrollar enfermedades crónicas, permitiendo intervenciones preventivas tempranas.

Otro avance clave es el monitoreo remoto de la salud. Gracias a tecnologías conectadas, hoy es posible dar seguimiento continuo a signos vitales desde el hogar, anticipando cambios críticos antes de que se conviertan en emergencias médicas. Este enfoque no solo mejora la calidad de vida de los pacientes, sino que también optimiza los recursos de los sistemas de salud.

La IA llega a las personas: del entretenimiento a los wearables

La salud preventiva impulsada por IA ya no está confinada a hospitales o laboratorios. Cada vez más, estas capacidades se integran en tecnologías de uso cotidiano. Un ejemplo es The Mind Guardian, un videojuego desarrollado con IA que permite evaluar funciones cognitivas en adultos mayores y detectar señales tempranas de deterioro cognitivo. Asimismo, durante CES 2026 se presentaron soluciones que utilizan datos de smartphones y dispositivos wearables para monitorear cambios cognitivos y apoyar la detección temprana de posibles afecciones cerebrales.



Además de los avances en inteligencia artificial aplicados al cuidado de la salud, la tecnología de consumo ya está poniendo estas capacidades directamente en manos de las personas a través de dispositivos cotidianos como los Galaxy Watch8 de Samsung y los smartphones Galaxy.

La serie Galaxy Watch8, equipada con un BioActive Sensor avanzado, ofrece una amplia gama de funciones de salud y bienestar que ayudan a monitorear el cuerpo día a día: desde seguimiento de sueño profundo y orientación para mejorar el descanso, monitoreo de la salud cardiovascular, alertas de ritmo irregular mediante ECG en la muñeca, hasta herramientas innovadoras como el Índice de Antioxidantes, que mide los niveles de carotenoides en segundos para fomentar decisiones alimentarias más saludables.

Acceso, personalización y confianza

Más allá de sus capacidades técnicas, la IA también está redefiniendo el acceso a la salud preventiva. Iniciativas globales ya utilizan aplicaciones móviles basadas en IA para llevar cribados médicos a comunidades con acceso limitado a especialistas, como la detección temprana de retinopatía diabética mediante el análisis de imágenes de retina.

Un futuro de salud más inteligente

A medida que la inteligencia artificial continúa evolucionando, la salud preventiva será cada vez más predictiva, personalizada y accesible. Lo que hoy parecen avances tecnológicos aislados, mañana formarán parte de rutinas diarias que ayudarán a millones de personas a vivir mejor y por más tiempo.

LG redefine el Super Tazón 2026 con una inmersión total

El Super Tazón 2026 se vive y se siente con la adrenalina del juego y el entretenimiento del medio tiempo. LG Electronics redefine la forma en que los consumidores disfrutan el evento deportivo más esperado del año desde casa, integrando tecnología de televisores de última generación y soluciones inteligentes para el hogar que elevan tanto el entretenimiento como la convivencia.

Con televisores diseñados para ofrecer mayor brillo, colores más precisos, contraste infinito y pantallas ultradelgadas con sonido y funciones espectaculares, LG busca que los fanáticos vivan cada jugada y cada instante del show con la sensación de estar en primera fila. Gracias a avanzadas tecnologías de procesamiento, la experiencia se vuelve envolvente, fluida y visualmente impactante, ideal tanto para los momentos de máxima intensidad deportiva como para el espectáculo de medio tiempo.

Para esta temporada, LG destaca su portafolio de tecnologías en televisores con inteligencia artificial que se adaptan a los gustos y preferencias del televidente, encabezado por LG OLED TV evo AI, que ofrecen colores perfectos y contraste infinito; LG QNED evo AI, con un equilibrio óptimo entre brillo y color; y LG NanoCell AI, que resaltan la pureza del color en el deporte. A esto se suman pantallas de gran tamaño en resolución 4K LG UHD, pensadas para disfrutar el contenido en grupo con una interacción superior.

El corazón de esta experiencia es el procesamiento con inteligencia artificial a través de los procesadores Alpha, capaces de analizar el contenido en tiempo real. Esta tecnología optimiza automáticamente el brillo, el color, la claridad del movimiento y el sonido según el tipo de contenido, creando una experiencia envolvente especialmente útil durante jugadas rápidas y el show de medio tiempo.



Los fanáticos del deporte también se benefician de funciones especialmente diseñadas para este tipo de contenidos, como altas tasas de refresco de 120 a 165 Hz, tecnologías de mejora de movimiento, soporte para VRR y pantallas brillantes con tratamiento antirreflejo, ideales para reuniones con diferentes condiciones de iluminación. Además, tecnologías de sonido como LG Sound Suite, reconocidas por su calidad cinematográfica en muchos de sus modelos, refuerzan la emoción de cada jugada.

La experiencia del Super Tazón va más allá de la pantalla. LG conecta el entretenimiento con la preparación y disfrute de los snacks únicos para la ocasión, un elemento clave en cualquier reunión. Mientras el partido se vive con máxima intensidad en los televisores, los electrodomésticos LG como estufas inteligentes y refrigeradoras de gran capacidad permiten preparar, conservar y servir alimentos de forma práctica y eficiente, sin alejarse de la acción.

Las 5 tendencias de Experience Engineering que marcarán el 2026, según VML

Hoy, las personas ya no eligen marcas solo por lo que venden, sino por cómo las hacen sentir. Cada interacción cuenta: desde una búsqueda en línea hasta una compra, una consulta o una experiencia en tienda. En este contexto, VML, compañía global líder en marketing, creatividad y tecnología, presenta las 5 tendencias de “Diseñando Experiencias” (Experience Engineering) que marcarán la forma en que las marcas se relacionarán con sus audiencias durante 2026.

VML define este enfoque como Experience Engineering: la creación de soluciones digitales impulsa resultados de negocio y mejora la experiencia de las personas, integrando creatividad, tecnología y una visión profundamente humana.

En 2026, este enfoque se vuelve clave. Las marcas que logren conectar de forma auténtica, diferenciarse en mercados cada vez más competitivos y utilizar la tecnología con un propósito claro serán las que lideren el camino. Bajo esta visión, VML Guatemala se consolida como un referente regional, alineada con la filosofía global de la compañía: “Human First”, que la impulsa a poner a las personas en el centro de toda innovación, ^{teniendo} impacto en Norteamérica, Latinoamérica y en el mercado local.

Las 5 Tendencias Clave para 2026

Excelencia Omnicanal: Ya no basta con estar en todas partes; la clave es la conexión sin fricciones. El usuario debe poder saltar del mundo físico al digital sin interrupciones en su recorrido.

Estrategia de Marketplaces: Aprovechar plataformas como Amazon o Mercado Libre para ganar conveniencia y rapidez, pero sin sacrificar la identidad de marca ni el contacto directo con el cliente.

Integración de IA Práctica: La IA deja de ser un adorno para convertirse en una herramienta de utilidad real: asistentes de compra naturales y recomendaciones que simplifican la vida sin ser invasivas.

Experiencias Mobile-First: El celular es el centro de todo. Las marcas deben priorizar sitios rápidos, intuitivos y procesos de compra simplificados diseñados específicamente para el pulgar.

Centralidad del Cliente (Real): Volver a lo básico. Antes de innovar de forma compleja, las marcas deben garantizar transparencia, navegación sencilla e información clara.



¿Cómo aplicarlo? (Metodología VML)

Para no fallar en el intento, VML sugiere un camino progresivo:

Diagnóstico: Entender cómo interactúa el cliente hoy.

Fortalecer lo básico: Optimizar disponibilidad de productos y claridad de datos.

IA con propósito: Implementar tecnología solo si aporta valor real.

Innovación colaborativa: Unir creatividad y tecnología desde el inicio.

El error a evitar: Aplicar personalización genérica o invasiva y separar la estrategia tecnológica de la creativa.

Con su filosofía Human First, VML identifica grandes oportunidades para las marcas en 2026: construir diferenciación real, impulsar ventas a través de experiencias relevantes, liderar la innovación digital y diversificar ingresos integrando consultoría, creatividad y tecnología.

En 2026, VML reafirma su compromiso con Experience Engineering, acompañando a las marcas en la creación de experiencias que generan conexión, valor y lealtad en un entorno cada vez más complejo.

El Ministerio de Turismo de la República Dominicana realizó con éxito un roadshow en la ciudad de Guatemala



El Ministerio de Turismo de la República Dominicana realizó con éxito un roadshow en la ciudad de Guatemala, un encuentro que reunió a agentes de viajes, tour operadores y aliados estratégicos del sector turístico, con el objetivo de fortalecer la relación comercial entre ambos países y seguir impulsando la llegada de visitantes guatemaltecos al destino caribeño.

Durante el evento, se presentó la amplia y diversa oferta turística de la República Dominicana, destacando sus playas de clase mundial, resorts todo incluido, propuestas de turismo familiar, cultural y de naturaleza, así como la calidad de su infraestructura hotelera y la hospitalidad que caracteriza al país. Guatemala, actualmente, se consolida como un mercado relevante para el turismo dominicano. En 2025, la República Dominicana recibió 34,786 turistas guatemaltecos, lo que representó el 2% de las llegadas latinoamericanas, posicionándose como el décimo mercado emisor de la región y el 0.4% del total de llegadas internacionales al país. Estos resultados confirman el potencial de crecimiento de este mercado dentro de la estrategia de diversificación turística del destino.

Uno de los factores clave de este desempeño ha sido la conectividad aérea, donde los turistas cuentan con opciones para elegir al momento de viajar. En 2025 se registraron 204 vuelos procedentes de Guatemala, con una ocupación promedio del 62% y un promedio de 112 pasajeros por vuelo. La conectividad aérea entre ambos países está encabezada por la ruta directa Ciudad de Guatemala–Santo Domingo, operada por la aerolínea dominicana Arajet desde el Aeropuerto Internacional La Aurora hacia el Aeropuerto Internacional Las Américas, la cual concentró el 98% de las operaciones aéreas. Adicionalmente, el mercado cuenta con opciones de conexión vía hubs regionales, a través de aerolíneas como Copa Airlines, Wingo, entre otras, que amplían las alternativas de acceso a la República Dominicana desde Guatemala.

Un total del 76% del turista guatemalteco refleja una alta afinidad con la propuesta dominicana, ya que al visitar el destino decidieron alojarse en hoteles todo incluido, con una estadía promedio de 6 días, concentrándose principalmente en la provincia de La Altagracia, que recibió el 53% de las estancias. El segmento familiar fue el más representativo, con un 39%, mientras que los viajeros entre 21 y 35 años alcanzaron el 33% del total.

Asimismo, los indicadores de experiencia y fidelidad muestran resultados altamente positivos: la satisfacción general alcanzó 4.7 de 5 estrellas, y el 97% de los turistas guatemaltecos manifestó su intención de regresar a la República Dominicana.



“Guatemala es un mercado estratégico para la República Dominicana, no solo por su crecimiento sostenido, sino por la alta satisfacción y lealtad de sus viajeros. En 2025 recibimos más de 34,700 turistas guatemaltecos, con un 97% de intención de regresar, lo que confirma que nuestro destino conecta con sus preferencias, especialmente en viajes familiares y experiencias hoteleras de alta calidad. Nuestro objetivo es seguir fortaleciendo esta relación, ampliando la conectividad aérea y trabajando de la mano con los agentes de viajes y tour operadores guatemaltecos para continuar impulsando el flujo turístico hacia nuestro país” destacó el ministro de Turismo, David Collado.

El roadshow incluyó espacios de networking y acercamiento comercial, que permitieron fortalecer los lazos entre los actores del sector turístico de Guatemala y la República Dominicana, así como generar nuevas oportunidades de colaboración para la promoción del destino en este mercado.

Con este tipo de acciones, la República Dominicana reafirma su compromiso con un crecimiento turístico sostenido, diversificado y enfocado en mercados clave de América Latina, consolidándose como uno de los destinos preferidos del Caribe para el viajero guatemalteco.