



**El fuego une a parrilleros,
familias y amigos en el
BBQ Challenge 2026**



**Malher
Presenta
Pepita Mix
el acompañante
ideal para este
verano**

**Campaña para
prevenir vapeo en
menores suma un
nuevo aliado clave**



El BBQ Challenge 2026 une a las familias guatemaltecas a través del fuego



Cerveza Cabro, una marca de Cervecería Centro Americana, está presente en el BBQ Challenge 2026 que se llevará a cabo el sábado 18 de abril a partir de las 12:00 p. m. en Futeca Cayalá, donde más de 45 equipos parrilleros competirán en un ambiente familiar para recaudar fondos destinados al 100% a los proyectos sociales del Club Rotario Guatemala de la Ermita. Este evento gastronómico, que combina entretenimiento, convivencia y solidaridad, busca generar un impacto positivo en miles de familias guatemaltecas.

Desde hace 14 años, el BBQ Challenge se ha consolidado como uno de los eventos benéficos y culinarios más reconocidos del país, reuniendo a más de 3,000 asistentes en cada edición. En 2026, los participantes podrán degustar más de 250 recetas preparadas por equipos en las categorías amateur y profesional, quienes trabajarán con cortes seleccionados de cerdo, res, pollo, y queso, incluyendo Tomahawk, Coulotte y Costilla St. Louis.



Las entradas están disponibles en tikkilife.com/tickets/es/comprarEvento?idEvento=45 y en la taquilla el día del evento con precios de Early Bird (hasta 31 de marzo): adultos por Q310, jóvenes por Q120, y niños por Q80. Y normal, del 1 de abril al día del evento: adultos por Q345, jóvenes por Q120, niños por Q80 (más cargos por servicio de taquilla). Además, quienes compren sus entradas con tarjetas G&T tendrán un beneficio de descuento en preventa.

“El BBQ Challenge no solo celebra nuestra pasión por la gastronomía; es una oportunidad extraordinaria para transformar vidas. Cada entrada y cada platillo degustado se convierte en apoyo directo para proyectos que benefician a familias y comunidades enteras”, expresó Ferddy Berganza, presidente de Club Rotario Guatemala de la Ermita.

Además de la experiencia gastronómica, el evento contará con música en vivo a cargo de DJ Doggy, Hancer y Sunday Funday, que acompañará las activaciones de marcas, el mercadito, las opciones de coctelería y actividades familiares, todo bajo estrictas medidas de seguridad y protocolos sanitarios, supervisión y control de ingreso autorizado.

Todo esto con el objetivo de apoyar causas como entrega de alimentos, becas escolares, jornadas de prótesis, equipamiento para hospitales, capacitación técnica, proyectos ambientales y asistencia en emergencias.

El BBQ Challenge cuenta con el apoyo de importantes patrocinadores, entre ellos: Cerveza Cabro, Banco G&T Continental, Botrán, Héroes del Fuego–Toledo, Pollo Rey, Distribuidora Marte S. A., PRO, Honda, Marinero, Parma, Oro Maya, Waterbear, Grotto, Carbón Nativo, Equipsa, Pappy's BBQ, Insoft, Sabrología, Linkbranding y Publimovil, entre otros, garantizando una experiencia de primer nivel.

Oceana presenta su Nueva Torre Familiar y apuesta por un turismo que regenera el destino

Con una visión orientada al futuro del turismo en el país, Oceana Resort + Conventions presentó oficialmente su Nueva Torre Familiar, una expansión que marca una evolución consciente en la forma de entender el crecimiento hotelero en la costa del Pacífico.

Crecemos para regenerar

Este nuevo proyecto representa mucho más que una ampliación de infraestructura. Se trata de una apuesta por fortalecer la experiencia del huésped mientras se genera un impacto positivo en el entorno, en las comunidades y en el desarrollo del destino turístico.

La nueva torre incorpora 50 habitaciones adicionales, permitiendo que el resort alcance un total de 250 habitaciones, ampliando así su capacidad para recibir a más familias, eventos corporativos y experiencias grupales frente al mar.

Turismo regenerativo en acción

La esencia de esta nueva torre va más allá del diseño arquitectónico. Forma parte de un modelo operativo que impulsa el turismo regenerativo, integrando prácticas sostenibles dentro de la experiencia del huésped.

“El turismo del futuro no se trata solo de crecer, sino de crecer generando impacto positivo. En Oceana creemos en un modelo de hospitalidad que combine experiencias memorables con sostenibilidad y desarrollo local. Esta torre representa confianza en el potencial turístico de Guatemala y en la capacidad de nuestras comunidades para crecer junto con nosotros”, señaló Luis Meneses, Gerente General de Oceana Resort + Conventions



Más que elementos decorativos, estas creaciones representan el compromiso del resort con la generación de oportunidades económicas en las comunidades y con la preservación de tradiciones artesanales que forman parte del legado cultural de Guatemala.

La expansión también contribuye al fortalecimiento del turismo en la costa del Pacífico, generando empleo local y dinamizando la actividad económica del destino. Como parte de su apertura, el resort anunció que ya se encuentran disponibles las reservas para estadías a partir del 27 de marzo, las cuales pueden realizarse a través de los canales oficiales de Oceana.

Con esta nueva etapa, Oceana reafirma su compromiso de evolucionar la hospitalidad en Guatemala, demostrando que el crecimiento turístico puede ir de la mano con la sostenibilidad, la innovación y el bienestar colectivo.

Malher presenta Pepita Mix, el acompañante ideal para este verano

Malher inicia la temporada de verano sumando a su portafolio una propuesta que conecta directamente con la tradición, el sabor y los hábitos de consumo propios de esta época del año. Con la llegada de Pepita Mix al mercado guatemalteco, la marca pone al alcance de los consumidores una mezcla práctica y llena de sabor, inspirada en uno de los acompañamientos más representativos de la gastronomía local.

La pepita ha acompañado al verano guatemalteco desde siempre. Frutas frescas, granizadas y platillos sencillos se disfrutaban desde hace generaciones con este ingrediente tan chapín, que forma parte de los sabores de todos los días. Pepita Mix Malher toma esa tradición y la lleva a un formato práctico, combinando pepitoria, ajonjolí, sal y limón en una mezcla lista para servir, pensada para disfrutarse al instante y en cualquier lugar.

Pepita Mix forma parte de la campaña “¡Qué sabor! El verano con Malher”, con la que Nestlé busca acompañar a los guatemaltecos en una de las temporadas más especiales del año, conectando con sus costumbres y con la manera en la que disfrutaban los antojos de todos los días. Al tratarse de una propuesta de edición limitada, disponible únicamente durante el verano, el producto refuerza su vínculo con esta época y con los momentos que la hacen única.

Pepita Mix Malher llega en un práctico sobre de 15 gramos, ideal para disfrutar de forma individual o para compartir, con un precio sugerido de Q3.50. Su formato y diseño facilitan su identificación en punto de venta y se adaptan a un estilo de vida dinámico, donde la practicidad es clave sin dejar de lado el buen sabor.

Durante la temporada de verano, Nestlé también refuerza la presencia de productos Malher como Chirmolito y Chimichurri, opciones versátiles y de fácil preparación que complementan los platillos de temporada y se integran de manera natural a reuniones al aire libre, comidas informales y momentos de convivencia, manteniendo el sello de sabor que caracteriza a la



“En Nestlé trabajamos muy de cerca con nuestras marcas locales y con los equipos que las hacen crecer día a día. Malher tiene una conexión muy especial con los guatemaltecos, y propuestas como como Pepita Mix, así como Chirmolito y Chimichurri nos permiten seguir acompañando a las familias con productos pensados para los momentos que comparten a lo largo del año”, dijo Patricio Astolfi, director general de Nestlé Guatemala.

Pepita Mix Malher estará disponible en Guatemala a partir de febrero, por tiempo limitado, en supermercados, mercados y tiendas de barrio a nivel nacional, invitando a los consumidores a disfrutar del verano con una propuesta auténtica y práctica. “Queremos que los guatemaltecos disfruten del verano con sus productos Malher favoritos, y compartan esos momentos que se disfrutan mejor cuando saben a tradición”, señaló Lissette López, gerente de Culinarios Malher

Con esta nueva incorporación a su portafolio, Nestlé reafirma su cercanía con los guatemaltecos y su compromiso de seguir ofreciendo productos que celebren la tradición culinaria del país, adaptándose a los estilos de vida actuales y a los momentos que se disfrutan mejor cuando se comparten.

Viajar seguro esta Semana Santa 2026, el llamado de Mapfre Guatemala

Con la Semana Santa a la vuelta de la esquina, miles de guatemaltecos han planificado viajes hacia los diversos destinos turísticos y centros de esparcimiento del país. Ya sea hacia las playas del Pacífico o de Izabal, los paisajes de Antigua Guatemala o los destinos naturales de Petén o Huehuetenango, esta temporada representa una oportunidad ideal para reflexionar, descansar, compartir en familia o con amigos y crear momentos inolvidables.

Sin embargo, en medio de la emoción y la planificación, es fundamental no dejar de lado un aspecto clave, la seguridad. Durante estas fechas, el incremento en la movilidad vehicular, la afluencia a lugares turísticos y las actividades recreativas elevan los riesgos de imprevistos, desde accidentes de tránsito hasta situaciones médicas inesperadas.

De acuerdo con datos del Departamento de Tránsito de la Policía Nacional Civil, durante la Semana Mayor del 2025, se registraron 237 accidentes de tránsito que dejaron lamentablemente 63 personas fallecidas y 304 lesionadas. De esa cuenta, para disfrutar de un viaje con tranquilidad, es importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

1.Planificar el viaje con anticipación

Define tu ruta, horarios y lugares de destino. Considera posibles congestionamientos o afluencia y sal con suficiente tiempo de anticipación.

2.Revisar el vehículo

Antes de salir, revisa frenos, llantas, luces, niveles de aceite y agua. Asegúrate de llevar herramientas básicas, llanta de repuesto y los documentos correspondientes.



3.Conducir con responsabilidad

Respetar los límites de velocidad, evitar distracciones como el uso del celular y evitar conducir bajo los efectos del alcohol. Utilizar el cinturón de seguridad y sistemas de retención infantil si viajas con niños.

4.Contratar un seguro adecuado

Contar con un seguro adecuado no solo brinda respaldo financiero ante cualquier eventualidad, sino también tranquilidad para disfrutar cada momento sin preocupaciones. Un seguro de viaje, de automóvil o de gastos médicos puede marcar la diferencia entre una experiencia placentera y una situación complicada.

Esta Semana Santa, Mapfre Guatemala hace un llamado a viajar con responsabilidad, planificar con anticipación y proteger lo que más importa. Porque el mejor recuerdo de estas vacaciones debe ser la tranquilidad de haber disfrutado con seguridad.

Campaña para prevenir vapeo en menores suma un nuevo aliado clave

El sector empresarial ha dado un paso en la dirección correcta este miércoles, al anunciarse que la campaña ‘Menores libres de vape’, impulsada por la Cámara de Comercio de Guatemala y Tabacalera Centroamericana S.A. (TACASA), afiliada de Philip Morris International (PMI) en el país, cuenta con el apoyo de Super 24, que reitera su compromiso de no vender vapes a menores de edad.

En rueda de prensa, personeros de PMI y la Cámara de Comercio dieron a conocer las buenas noticias, que implican que todas sus ubicaciones dentro del país formarán parte de una campaña de sensibilización sobre la importancia de que todos los sectores de la sociedad unan esfuerzos para proteger a los menores de edad de comprar o usar productos que no son aptos para su consumo.

La campaña ‘Menores libres de vape’ fue lanzada inicialmente en octubre de 2025 como una alianza entre la Cámara de Comercio y la afiliada de Philip Morris International, con el objetivo de que cada vez más empresas, instituciones y actores se sumaran al movimiento. En ese contexto, la nueva alianza, que corresponde a la cadena de conveniencia Super 24, representa una oportunidad única para difundir este importante mensaje y seguir promoviendo prácticas de comercio responsable en el país a través de sus 635 tiendas, en las que se han colocado materiales con el mensaje “Aquí no vendemos vapes a menores”, con el objetivo de reforzar la verificación de edad y generar mayor consciencia entre consumidores y puntos de venta.

Esto se suma a esfuerzos que TACASA ya realiza con sus socios comerciales incluyendo Super 24 para capacitar a los vendedores sobre la importancia de no venderle este tipo de productos a menores de edad, aunque actualmente no exista una ley que lo regule.

Primer filtro de protección

Geovanny Alvarado, gerente de operaciones de Super 24, destacó que la implementación de esta iniciativa en todas sus tiendas responde a su compromiso con la venta responsable y con la protección de los menores de edad. “Como cadena de tiendas de conveniencia con presencia nacional, asumimos el rol de primer filtro de protección. Implementar esta campaña en nuestras 635 tiendas refleja nuestro compromiso con la verificación de edad y con prácticas responsables en nuestros puntos de venta”.



Cabe destacar que PMI a nivel internacional y TACASA a nivel local tienen una campaña informativa permanente con socios comerciales para prevenir que menores de edad accedan a sus productos. Esta campaña de sensibilización con Super 24 se suma a los esfuerzos permanentes de la empresa en este sentido, y es a su vez una invitación abierta a más empresas a sumarse a la campaña.

La iniciativa cobra especial relevancia en una época del año en la que aumentan las actividades sociales y los días de descanso por la proximidad de Semana Santa y el inicio del verano, momentos en los que las organizaciones que promueven la campaña consideran especialmente importante reforzar los mensajes de prevención.

Se realizó una invitación a otras empresas para que se sumen a este movimiento y generar entre cada vez más actores una cultura del comercio responsable que inste a no vender vapes o productos de nicotina o tabaco a menores de edad.