



En el Mes de la Nutrición, el Instituto Mathile destaca soluciones basadas en evidencia para la niñez



El Festival del Mango impulsa el valor agregado y el consumo del producto guatemalteco

Henkel fortalece su división de belleza con la adquisición de OLAPLEX



Henkel fortalece su división de belleza con la adquisición de OLAPLEX

Olaplex es una marca premium basada en la ciencia, activa en canales profesionales, minoristas especializados y de comercio electrónico.

Cuenta con una presencia global equilibrada, una amplia distribución en Norteamérica y está respaldada por un alcance internacional significativo.

Abre nuevas vías para la innovación mediante tecnología avanzada, capacidades ampliadas y desarrollo acelerado de productos.

Aporta una cartera de productos altamente complementaria que amplía la oferta de cuidado capilar de Henkel.



La compañía alemana Henkel ha firmado un acuerdo definitivo para adquirir el 100% de OLAPLEX, una marca premium de cuidado capilar, a un precio de oferta de 2,06 USD por acción; lo que implica un valor total de transacción de 1.400 millones de dólares. La operación ha sido aprobada por unanimidad por el Consejo de Administración de OLAPLEX, y Advent, accionista mayoritario de OLAPLEX, ha firmado un consentimiento por escrito, comprometiéndose a aprobar la operación. Esta adquisición supone otro hito importante en la agenda de crecimiento con propósito de Henkel y amplía aún más el cuidado capilar como categoría central dentro de su negocio de Marcas de Consumo.

OLAPLEX es una marca de cuidado capilar de canal premium bien establecida, con una cartera de productos de alto rendimiento y basados en la ciencia. Su enfoque en la calidad constante y las relaciones significativas dentro de la comunidad profesional ha resonado fuertemente tanto entre estilistas como con consumidores. OLAPLEX mantiene una presencia global equilibrada, con ventas divididas entre Estados Unidos y mercados internacionales clave. En el año fiscal 2025, OLAPLEX generó alrededor de 370 millones de euros en ventas y entregó un margen bruto sólido.

"La adquisición prevista de OLAPLEX está totalmente alineada con la estrategia de Henkel de ampliar su cartera mediante actividades atractivas de fusiones y adquisiciones que aportan valor", ha afirmado Carsten Knobel CEO de Henkel Global. "Esta transacción nos permite ampliar nuestra presencia en el cuidado capilar premium. La marca crea oportunidades atractivas para el crecimiento y la innovación futuros.

En el Mes de la Nutrición, el Instituto Mathile destaca soluciones basadas en evidencia para la niñez

En el marco del Mes de la Nutrición, el Instituto Mathile hace un llamado a fortalecer las soluciones nutricionales basadas en evidencia científica para mejorar la salud y el desarrollo de la niñez, especialmente en contextos donde las deficiencias de micronutrientes continúan siendo un desafío significativo.

Durante décadas, la nutrición se ha asociado principalmente con tener suficiente alimento. Sin embargo, hoy la ciencia demuestra que tener el estómago lleno no necesariamente significa estar bien nutrido. Una nutrición adecuada implica consumir una dieta variada que aporte las vitaminas y minerales esenciales que el organismo necesita para un crecimiento, desarrollo y funcionamiento óptimos.

La nutrición durante los primeros años de vida es uno de los factores más determinantes para el desarrollo cognitivo, el rendimiento escolar y la salud a largo plazo. A pesar de ello, millones de niños en el mundo continúan enfrentando deficiencias de micronutrientes esenciales, incluso cuando su ingesta calórica es suficiente. En países como Guatemala, los desafíos nutricionales incluyen dietas poco diversas, carencias de micronutrientes clave y brechas en el acceso a soluciones nutricionales de calidad.

el Instituto Mathile, referente internacional en investigación científica aplicada a la nutrición infantil, impulsa soluciones innovadoras respaldadas por más de una década de investigación y evidencia rigurosa. Su enfoque se basa en generar conocimiento científico que permita desarrollar estrategias nutricionales eficaces, accesibles y sostenibles para mejorar la calidad de la dieta infantil.

Una de estas soluciones es Chispuditos, un suplemento de micronutrientes desarrollado específicamente para complementar la alimentación diaria de los niños desde los seis meses de edad. Su fórmula única M+, con 21 vitaminas y minerales esenciales, está diseñada para contribuir al crecimiento saludable, fortalecer el sistema inmunológico y apoyar el desarrollo cognitivo durante una de las etapas más críticas de la vida.

Micronutrientes como hierro, zinc, yodo y vitaminas esenciales desempeñan un papel fundamental en el desarrollo cerebral, el crecimiento físico, el fortalecimiento de las defensas y la capacidad de aprendizaje. Cuando estos nutrientes faltan en la dieta incluso en niveles moderados pueden afectar el potencial de desarrollo de los niños.

A través de iniciativas como Chispuditos, cientos de miles de niños en Centroamérica han mostrado mejoras en su estado nutricional, fortalecimiento del sistema inmunológico y avances en su desarrollo durante la etapa más crítica de crecimiento.



El trabajo del Instituto Mathile también se enfoca en promover alianzas estratégicas con organizaciones sociales, instituciones de salud, fundaciones, gobiernos y actores del sector privado, con el objetivo de ampliar el acceso a soluciones nutricionales de alta calidad. Este modelo de colaboración busca asegurar que las intervenciones nutricionales se desarrollen y evalúen bajo criterios científicos claros, considerando su calidad, efectividad, accesibilidad y potencial de impacto a escala.

Durante el Mes de la Nutrición, el Instituto Mathile reafirma la importancia de promover la innovación nutricional, fortalecer las alianzas entre sectores y priorizar intervenciones basadas en evidencia científica como pasos fundamentales para enfrentar los desafíos de la malnutrición y construir un futuro más saludable para las próximas generaciones

El Festival del Mango impulsa el valor agregado y el consumo del producto guatemalteco



El Festival de Mango, organizado por el Comité de Mango de AGEXPORT y con el respaldo de su patrocinador oficial Tajín, volvió a posicionarse como un espacio cercano y esperado por los guatemaltecos, donde el protagonista fue el mango en todas sus formas. Desde temprano, runners que finalizaban su entrenamiento se acercaron en busca de opciones frescas y nutritivas.

“Muchos llegaron después de correr a comprar productos a base de mango, valorando lo saludable que es. También vimos a muchas familias disfrutando y compartiendo”, destacó Edwin Zaparolli, Presidente de la Junta Directiva del Comité de Mango de AGEXPORT, en una jornada donde la tendencia hacia alimentos naturales y funcionales se hizo evidente.

El recorrido ofreció una experiencia diversa: mango fresco, manganadas, chamoyadas, ceviche de mango, crepas, flan, granizadas, chocomangos con toppings, pan, granola, mermeladas, conservas y hasta opciones más elaboradas como pavlovas, espumillas y tartaletas. Una muestra clara de cómo esta fruta se adapta tanto al consumo tradicional como a propuestas innovadoras.

Pero más allá del ambiente familiar y gastronómico, el festival también reflejó un cambio estratégico en el sector. En los últimos años, se han intensificado los esfuerzos por impulsar la agroindustria del mango, apostando por productos con valor agregado como pulpa y mango deshidratado, en línea con la creciente demanda global de snacks saludables.

Entre degustaciones, conversaciones y nuevos productos, el Festival de Mango celebró una fruta emblemática y mostró el camino de un sector que busca crecer con innovación, sostenibilidad y mayor valor para llegar a más mercados.

Realiza la asamblea de grupo Cibest, accionista de Bam

Grupo Cibest, holding multilatinas con más de US\$101,000 millones en activos y presencia en cuatro países de la región — Colombia, Guatemala, El Salvador y Panamá — celebró este martes 24 de marzo su Asamblea General Ordinaria de Accionistas en Medellín, Colombia. El Grupo, cotiza en la Bolsa en la Bolsa de Nueva York desde hace 30 años, acompaña a cerca de 33 millones de clientes y cuenta con más de 34,000 colaboradores en América Latina.

Durante la Asamblea, los 52,243 accionistas del Grupo aprobaron un dividendo ordinario de \$4,512 pesos colombianos (US\$1.2) por acción ordinaria y/o preferencial, representando un incremento del 15% frente al año anterior. En los últimos tres años, Grupo Cibest ha distribuido más de US\$3,194 millones de sus utilidades, con un retorno total al accionista del 195% en cinco años, incluyendo dividendos y valorización de la acción.

Al cierre de 2025, la suma de cartera individual de las entidades que forman parte del Grupo asciende US\$68,212 millones, de los cuales el 79% corresponde a Colombia y el 21% a Centroamérica.

“Convertirnos en Grupo Cibest, una matriz comparable a la de los grandes grupos financieros de la región, fue la materialización de una visión estratégica compartida. Esta evolución nos da mayor flexibilidad para asignar capital, tomar decisiones oportunas y fortalecer nuestra capacidad de crear valor sostenible. Hoy somos una organización más sólida, preparada para responder con agilidad y generar valor a todos nuestros grupos de relación”, afirmó Juan Carlos Mora, CEO de Grupo Cibest.



En Guatemala:

Bam, está próximo a cumplir 100 años al servicio de los guatemaltecos y forma parte activa de Grupo Cibest. La participación de Bam en financiamientos estructurados, con entidades del mismo grupo actuando como acreedores independientes, asciende a más de más de USD \$2.0 mil millones, lo que ha permitido impulsar a los grandes corporativos de Latinoamérica en sectores clave como comercio, energía y agroindustria.

En materia digital, Bam alcanzó 283,600 clientes persona digitales al cierre de 2025, con el 60% de sus transacciones realizadas por canales digitales. Dentro de su portafolio de productos; Nequi, cerró el año con más de 53,000 usuarios vinculados

Disfruta del sol con Exotik Nat: Cuidado especializado y promociones de temporada

Con la llegada del verano, el país experimenta un aumento en las temperaturas y una mayor exposición al sol, condiciones que invitan a disfrutar de actividades al aire libre, pero que también elevan el riesgo de afectaciones en la piel como quemaduras, manchas y envejecimiento prematuro.

Ante este panorama, Exotik Nat hace un llamado a reforzar los hábitos de protección personal, destacando el uso de su Protector Solar SPF 50, diseñado para el cuidado del rostro y cuerpo, con alta protección contra los rayos UVA y UVB, al tiempo que contribuye a mantener la piel hidratada.

Para una protección efectiva, se recomienda aplicar el protector solar al menos 10 minutos antes de la exposición al sol y reaplicarlo cada dos horas, particularmente en jornadas con alta radiación.

Como parte de la temporada, Exotik Nat tiene promociones especiales en alianza con Pricemart Aranda y Pradera. del lunes 30 de marzo al domingo 05 de abril

Entre las ofertas destacan: Protector solar de 120 ml a Q69.95, paquete de dos velas de citronela a Q99.95, kit de dos cremas o spray repelentes a Q62.95, difusor con dos aceites esenciales a Q219.95. Adicional, los productos de la marca también están disponibles en otros puntos de venta como Cemaco, La Torre, Cantel, Suma, Super Fresh, Farmacias Galeno, Farmacosto y Super 24.



Con estas iniciativas, Exotik Nat busca acompañar a las familias guatemaltecas durante el verano, promoviendo el cuidado de la piel frente al sol y los insectos, sin dejar de lado el bienestar y el uso de ingredientes naturales.

El incremento de las temperaturas también favorece la presencia de insectos. Por ello, Exotik Nat pone a disposición su línea de repelentes naturales elaborados con citronela y aceites esenciales. Entre estos productos destaca la crema repelente de citronela, cuya fórmula, enriquecida con aceite de ajonjolí y aceite de jojoba, no solo ayuda a repeler insectos, sino que también hidrata y cuida la piel. Todos los productos están libres de aceite mineral, fragancias y parabenos, lo que los convierte en una opción segura para el uso diario.

ÍNTEGRO impulsa el desarrollo de comunidades guatemaltecas con su estrategia de voluntariado corporativo

ÍNTEGRO, desarrolladora inmobiliaria con ocho años de operar en Guatemala, continúa fortaleciendo su estrategia de impacto social mediante iniciativas que promueven la inclusión y el voluntariado corporativo, involucrando activamente a sus colaboradores y generando valor en comunidades guatemaltecas.

A través de sus programas EPICC For All y EPICC Way, la empresa impulsa acciones que reflejan su desarrollo con propósito al contar con un enfoque humano: desde la promoción de espacios inclusivos dentro de la organización hasta la ejecución de proyectos sociales y ambientales en alianza con actores clave.

Inclusión que se vive desde adentro

Como parte del programa EPICC For All, enfocado en reducir brechas y generar oportunidades equitativas, la compañía desarrolló recientemente una actividad en el marco del Día Mundial del Síndrome de Down.

En esta ocasión, ÍNTEGRO recibió en sus oficinas a jóvenes de la Fundación Margarita Tejada, quienes instalaron un espacio de venta para exhibir y comercializar productos elaborados por ellos mismos. La iniciativa permitió generar un espacio de convivencia y reconocimiento, donde los colaboradores compartieron con los participantes, visibilizando su talento y fortaleciendo su autonomía e inclusión.

Voluntariado corporativo con impacto

Por su parte, el programa EPICC Way promueve la participación de los colaboradores en iniciativas sociales y ambientales, a través de alianzas estratégicas como la establecida con United Way Guatemala. Con estas iniciativas se han logrado desarrollar distintas acciones de voluntariado, de acuerdo con las necesidades identificadas en cada comunidad.

Como ejemplo reciente, este mes se realizó la jornada “Manos a la Siembra” en San Antonio Nejapa, Acatenango, donde 23 colaboradores de ÍNTEGRO aportaron 480 horas de voluntariado.



Durante la actividad, los participantes trabajaron junto a familias de la comunidad en la implementación de huertos familiares, logrando la instalación de 10 huertos en cinco hogares. Esta labor promovió el cultivo de alimentos frescos, el aprovechamiento de espacios domésticos y el fortalecimiento de capacidades locales, contribuyendo al bienestar de las familias beneficiadas.

impulsamos programas que promueven la inclusión y el voluntariado, permitiendo que nuestros colaboradores sean agentes de cambio y que, a través de alianzas estratégicas, logremos un impacto sostenible en las comunidades”, afirmó Susana Lesage, directora de Talento Humano de ÍNTEGRO.

Con estas iniciativas, ÍNTEGRO reafirma su compromiso de impulsar un modelo de desarrollo que integra el crecimiento empresarial con la inclusión, la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades, consolidando una cultura organizacional donde el impacto social es parte fundamental de su operación