



Horcalsa fortalece la conservación de la Monja Blanca en su IV Festival



Sector de Contact Center & BPO de AGEXPORT realiza la Call Center Job Fair 2026

Henkel got2b amplía su portafolio con gotGloss en Guatemala



Horcalsa fortalece la conservación de la Monja Blanca en su IV Festival

En Cobán, en el centro de Alta Verapaz, la Monja Blanca volvió a reunir a quienes creen en la fuerza de los símbolos que representan a Guatemala. El 20 de febrero, Horcalsa participó en el IV Festival de la Monja Blanca y en el lanzamiento del Libro de Oro de la Monja Blanca, una iniciativa que honra a la flor nacional y promueve su conservación.

De esa forma, se promueven espacios que reconocen el talento, la historia y los símbolos que representan a Guatemala, con el objetivo de contribuir al desarrollo integral del país.



Compromiso técnico con la preservación

Durante el evento, la asesora técnica Marcia Salguero, del área de Centro de Investigación y Desarrollo (CID) de Progreso, compartió información sobre la importancia de preservar esta especie emblemática. Explicó que la Monja Blanca posee una relevancia histórica y biológica única, ya que todos sus registros históricos se concentran en Guatemala, principalmente en Baja y Alta Verapaz y Quiché. Su declaratoria como flor nacional, el 21 de febrero de 1934, consolidó su lugar como símbolo del país.

La conservación de la Monja Blanca requiere conocimiento científico y procesos especializados. Su reproducción demanda condiciones controladas y la interacción con hongos benéficos que permiten la germinación de sus semillas. En este proceso, la aplicación de cal en el sustrato cumple una función clave para proteger y fortalecer el desarrollo de las orquídeas. Dicho respaldo técnico evidencia cómo Horcalsa vincula su experiencia con proyectos que impactan positivamente en el entorno natural.



Horcalsa participó en el IV Festival de la Monja Blanca en Cobán y reafirmó su compromiso con la conservación de la flor nacional de Guatemala y la biodiversidad del país.

Cultura, historia y biodiversidad como eje corporativo

La participación en el IV Festival de la Monja Blanca es prueba del compromiso de Horcalsa con la preservación de la cultura, la historia y la biodiversidad de Guatemala. Estos proyectos aportan un valor trascendente para el país y fortalecen el vínculo entre empresa, comunidad y patrimonio natural.

Con acciones concretas y respaldo técnico, Horcalsa reafirma su papel como aliado estratégico en iniciativas que protegen los símbolos nacionales y promueven la sostenibilidad. La Monja Blanca representa belleza y tradición; su conservación también expresa la responsabilidad compartida de construir un futuro que honre las raíces de Guatemala.



La Curacao y RadioShack tendrán hasta un 45% de descuento durante los 5 días de su "Hot Weekend"

Grupo Unicomer arranca oficialmente con una de las temporadas de ofertas más esperadas del año: el Hot Weekend de La Curacao y el Hot Shack Weekend de RadioShack. Del 15 al 19 de abril, los guatemaltecos podrán acceder a una amplia gama de productos con descuentos de hasta el 45%*, disponibles tanto en tiendas físicas como en sus plataformas digitales.

Calendario de beneficios

La promoción se divide en dos fases estratégicas para brindar una mejor experiencia al cliente:

- 1. 15 de abril: Gran preventa exclusiva para compras al crédito y en línea a través de www.lacuracaonline.com y www.radioshackla.com/guatemala.**
- 2. Del 16 al 19 de abril: La promoción se extiende a todas las tiendas a nivel nacional, aceptando todas las formas de pago.**

Ofertas exclusivas en La Curacao

Durante el Hot Weekend, La Curacao ofrece excelentes y diversos planes de financiamiento que se ajustan a sus necesidades.

Beneficios especiales en compras al crédito durante el HOTWEEKEND ABRIL 2026:

- 60 días para empezar a pagar la primera cuota, por sus compras al crédito, válido únicamente los días 17, 18 y 19 de abril 2026, en línea blanca y motocicletas.
- Celulares: Bono de Q400.00 en modelos superiores a Q2,500.00.
- Línea Blanca: regalías como microondas, licuadora, freidora, juego de sartenes y cafetera, en su compra.
- Motos: Regalía de casco en la compra de motocicletas (excepto marca AKT).
- Televisores: 10% de descuento adicional en la marca TCL.
- Ópticas La Curacao: Hasta 50% de descuento en aros y lentes al crédito, y hasta 40% en compras al contado.



HOTWEEKEND DE LA CURACAO EXTIENDE la promoción de MOTOCICLETAS hasta el 26 de abril 2026, en las reconocidas marcas como: Honda, Suzuki, AKT, Freedom, Bajaj, TVS y Yamaha. Por su compra de motocicletas podrá acceder a planes de crédito de acuerdo con sus necesidades y la promoción especial durante el HOTWEEKEND de La Curacao, pagando la primera cuota en 60 días por su compra válida únicamente los días 17, 18 y 19 de abril 2026.

Tecnología y Gaming en el Hot Shack Weekend

Para los entusiastas de la tecnología, RadioShack presenta descuentos de hasta el 45%* en equipos para fotografía, video, streaming y gaming.

Al comprar al crédito en RadioShack, los clientes también podrán disfrutar de:

- 60 días para empezar a pagar la primera cuota, por sus compras al crédito, válido únicamente los días 17, 18 y 19 de abril 2026.
- Bono de Q400.00 en celulares arriba de Q2,500.00.
- 10% de descuento en televisores TCL.

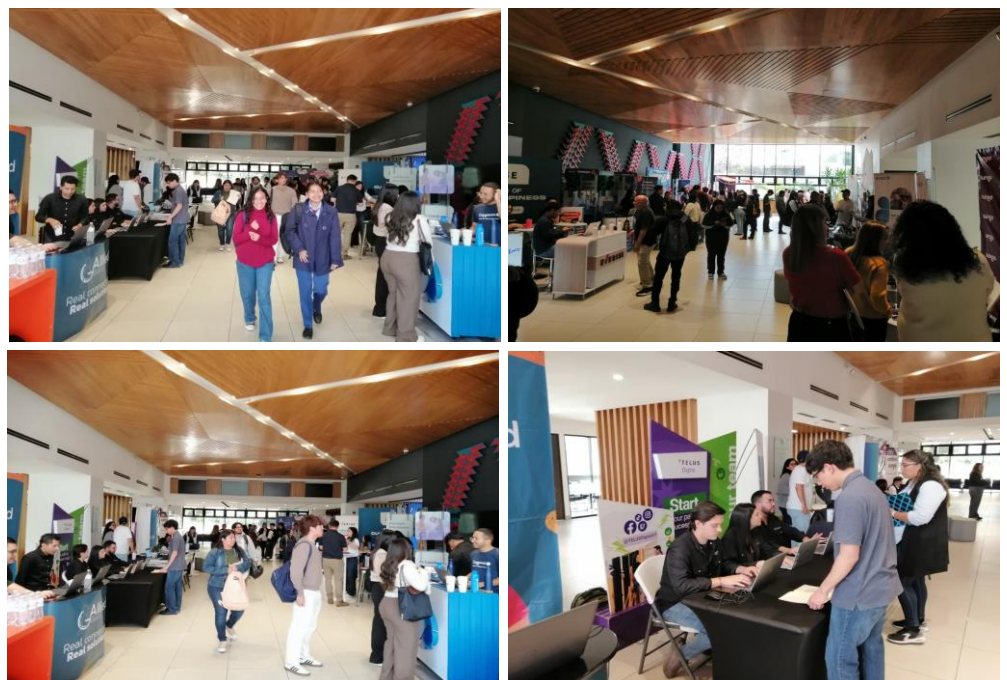
Sector de Contact Center & BPO de AGEXPORT realiza la Call Center Job Fair 2026

Con el objetivo de abrir puertas al empleo formal y fortalecer el talento joven del país, el Sector de Contact Center & BPO de AGEXPORT realiza la Call Center Job Fair 2026, un evento que reúne a 15 empresas líderes de la industria con más de 1,000 plazas disponibles para personas con dominio del inglés, así como 300 becas (otorgadas gracias al apoyo de la Unión Europea) para quienes buscan mejorar sus habilidades y acceder a nuevas oportunidades.

La feria de empleo se lleva a cabo el 16 de abril, de 8:00 a.m. a 3:00 p.m., en las instalaciones de AGEXPORT, ubicadas en la 15 avenida 14-72, zona 13. Este espacio está diseñado para conectar directamente a los aspirantes con reclutadores, facilitando procesos de aplicación inmediatos y orientación sobre las oportunidades disponibles en el sector.

Entre las empresas participantes se encuentran VXI, [24/7].ai, HCL Tech, Capgemini, Concentrix, Conduent, Everise, Atento, Alorica, Slingshot by Pronto BPO, Allied Global, Telus Digital, Lean Solutions, iUNGO y KIVO, que ofrecen plazas principalmente orientadas a perfiles con nivel de inglés igual o superior al 70%.

Además, quienes aún no cumplan con este requisito podrán optar a una de las 300 becas de inglés para empleabilidad, dirigidas a personas mayores de edad, con título de diversificado, al menos un 25% de dominio del idioma y disponibilidad de tiempo e internet. Estas becas se desarrollarán a través de programas intensivos como Finishing School y After Work English Program, diseñados para acelerar el aprendizaje y facilitar la inserción laboral.



Las becas son posibles gracias al Programa Trabajo Decente de la Unión Europea, a través de la subvención Empleabilidad, Emprendimiento y Empresarialidad, implementado por AGEXPORT, como parte de los esfuerzos para fortalecer el acceso a empleo digno en el país.

Para participar, los interesados deben completar el formulario de registro en el siguiente enlace: <https://form.jotform.com/260684212752860>.

Posteriormente, recibirán un correo electrónico con un número de identificación que deben presentar el día del evento. Durante la feria, podrán recorrer los distintos stands, aplicar a vacantes y recibir información sobre programas de formación.

Henkel: got2b amplía su portafolio con gotGloss en Guatemala



Henkel, líder global en cuidado del cabello, continúa ampliando su portafolio de got2b en el país con **gotGloss**, una extensión de línea enfocada en quienes buscan un acabado con más brillo en su cabello, siguiendo tendencias como el “glass hair” cada vez más presentes en las rutinas de estilizado.

Inspirada en estas tendencias, gotGloss se presenta en dos versiones que se adaptan fácilmente al día a día: **un primer en crema**, que se aplica antes del secado para preparar el cabello, y un **spray finalizador**, que ayuda a dar ese toque de brillo al peinado, ya sea después de usar aparatos de calor o como último paso del peinado.

Además del resultado, ambas presentaciones ayudan a controlar el frizz hasta por 48 horas y funcionan como protectores térmicos de hasta 230 °C, lo que las hace prácticas para quienes usan plancha, secadora o tenaza con frecuencia.

“Con gotGloss buscamos responder a una tendencia clara en el mercado, ofreciendo productos que permiten a los consumidores lograr un cabello con brillo y expresar su estilo de forma auténtica”, comentó Natalia Juárez, Especialista de Marca en Cuidado del Cabello para Henkel Centroamérica y el Caribe.

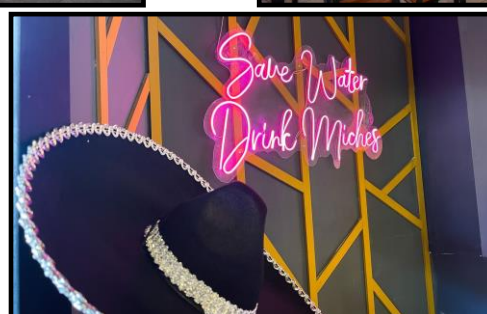
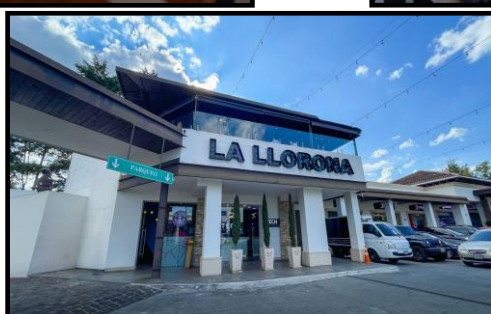
La nueva línea está dirigida principalmente a todas aquellas personas que siguen tendencias y buscan productos que les permitan experimentar con su estilo de forma práctica, integrándolos fácilmente a su rutina diaria.

Los productos ya se encuentran disponibles en los principales supermercados del país, como Walmart, Paiz y La Torre, para que los consumidores puedan encontrarlos fácilmente en sus compras del día a día.

Con gotGloss, Henkel continúa ampliando su portafolio de got2b en Guatemala, apostando por productos alineados a las tendencias globales, con fórmulas y empaques sustentables, dirigidos a una nueva generación que busca expresar su identidad a través del cabello.

Como parte del camino hacia su 150 aniversario, la compañía continúa fortaleciendo su portafolio en el país, acercando propuestas alineadas a las necesidades del consumidor actual.

La Llorona continúa su expansión y abre su tercer local en Ciudad San Cristóbal



Con la apertura de su nueva sucursal en Ciudad San Cristóbal, el restaurante da un paso estratégico dentro de su plan de expansión, respondiendo a la demanda de mercado y fortaleciendo su presencia en zonas clave del área metropolitana. Ubicada en un punto estratégico de Mixco una zona con alto dinamismo comercial y una base sólida de clientes potenciales, la nueva sucursal responde a una búsqueda activa de la marca por acercarse a audiencias que ya formaban parte de su comunidad. La elección de Ciudad San Cristóbal no es casual: representa una oportunidad de crecimiento en un mercado con alta afinidad hacia su propuesta gastronómica y de entretenimiento.

La propuesta mantiene su esencia: tacos y mariscos 100% guatemaltecos, combinando dos mundos gastronómicos en una experiencia que apuesta por el sabor, la frescura y la versatilidad. Platillos como la mariscada con langosta, los tacos mar y tierra, los ceviches y la michelada especial se perfilan como protagonistas de esta nueva etapa.

A esto se suma un componente clave en la construcción de la marca: la experiencia. La Llorona no solo compete desde la cocina, sino desde la integración de ambiente, servicio y entretenimiento. Música en vivo, karaoke, shows y una propuesta visual pensada para ser compartida en redes sociales forman parte de un concepto que busca mantenerse relevante para una audiencia amplia y diversa.

La apertura también incorpora una estrategia de activación orientada a generar tráfico y engagement desde los primeros días. A través de su plataforma digital de promociones y una agenda de dinámicas como ruleta de premios, noches de karaoke y música en vivo, la marca busca posicionarse rápidamente dentro de la rutina social de la zona.

El nuevo restaurante está ubicado en Bulevar San Cristóbal, Centro Comercial Blú Plaza, local 137, zona 8 de Mixco, y atenderá de martes a jueves de 12:00 p.m. a 10:00 p.m., viernes y sábado hasta la medianoche, y domingos hasta las 6:00 p.m.