



Carol Acajabón y Felix Camey conquistan el oro en República Dominicana



**Salutaris
renueva su
identidad visual
para conectar con
lo auténticamente
refrescante**

**Nestlé acelera su
transición verde con
la siembra de 2
millones de árboles
en la región**



Salutaris renueva su identidad visual para conectar con lo auténticamente refrescante

Salutaris, la primera agua mineral lanzada en el mercado guatemalteco y líder de la categoría de aguas con gas en Guatemala y otros países de la región, presenta oficialmente su nueva imagen y posicionamiento bajo el concepto "Auténticamente refrescante".

Con más de 75 años de trayectoria, Salutaris ha acompañado a generaciones de guatemaltecos, estando presente en mesas familiares, celebraciones y encuentros entre amigos. "Salutaris existe para que cada persona pueda celebrar a su manera y disfrutar momentos únicos de la vida. Con esta evolución buscamos reflejar justamente esto: seguir siendo parte de esos momentos que se viven, se comparten y se disfrutan de forma auténtica", mencionó Ariana Gómez, Head of Waters.

Esta evolución refleja también el camino que ha seguido la marca a lo largo del tiempo: de ser una agua con gas tradicional a convertirse en una marca experta en burbujas, sabor y frescura. Reconocida por su versatilidad para combinarse con otras bebidas, Salutaris se ha convertido históricamente en el mixer perfecto para distintas ocasiones. Hoy, su portafolio incluye sabores como Naranja, Limonada y Toronja, ideales para acompañar distintos momentos del día, manteniendo siempre su esencia de refrescar y elevar los momentos cotidianos.

Esta misma versatilidad también se refleja en su línea de Salutaris Mixers, con sabores únicos como Ginger Ale y Tónica, desarrollados para elevar la experiencia en el mundo de la mixología y reafirmar su papel como aliado tanto para el consumo cotidiano como para ocasiones especiales. Así, Salutaris busca inspirar espacios donde la espontaneidad y la autenticidad sean protagonistas, recordándonos que los mejores momentos son aquellos que se viven plenamente, sin necesidad de editar la realidad.



Salutaris: Auténticamente refrescante

La nueva campaña de Salutaris representa un giro fresco en la evolución de la marca, invitando a reconectar con los momentos que realmente importan. En un contexto donde muchas experiencias se viven a través de poses o filtros, la propuesta es volver a lo genuino: celebrar sin pretensiones, disfrutar sin artificios y compartir desde la naturalidad. "Esta evolución nace de esa misma idea: seguir acompañando los momentos auténticos de la vida cotidiana, desde compartir con amigos hasta disfrutar esos instantes simples que hacen especial cada día", agregó Paula Cifuentes, Jefa de Marca.

Nestlé acelera su transición verde con la siembra de 2 millones de árboles en la región

En el marco del Día Mundial de la Tierra, que se conmemora el 22 de abril, Nestlé Centroamérica reafirma su compromiso con la reforestación y el cuidado de los suelos en la región. En 2025, el Programa Global de Reforestación de Nestlé permitió la siembra de 8,7 millones de árboles a nivel global. En Centroamérica, estos esfuerzos han apoyado la siembra de aproximadamente 2 millones de árboles en la cadena de suministro de café y leche de la compañía en Nicaragua y Honduras, en línea con iniciativas orientadas a fortalecer sistemas agroforestales y restaurar paisajes productivos.

Nestlé cuenta con una hoja de ruta clara para alcanzar su meta de cero emisiones netas al 2050. En Centroamérica, la compañía está dando pasos firmes para contribuir a este objetivo global, en colaboración con agricultores, proveedores, comunidades y socios estratégicos, con el fin de reducir sus emisiones y fortalecer la resiliencia de los agricultores y las comunidades con las que trabaja. Esto se impulsa a través de programas como Bosques del Mañana, así como mediante esfuerzos en agricultura regenerativa, sostenibilidad de los empaques y uso de energías renovables, entre otras iniciativas.

Todas estas acciones forman parte del modelo de Creación de Valor Compartido de Nestlé, que busca integrar el crecimiento del negocio con la gestión responsable de los recursos naturales y el bienestar de las comunidades.

Un ejemplo concreto de cómo las marcas de la compañía se suman a estos compromisos es Plan Nescafé, programa que impulsa activamente la transformación de la caficultura en la región. Este programa liderado por Nescafé, marca líder global en la industria del café, está orientado a promover la transición hacia prácticas de agricultura regenerativa, incremento de la productividad y, con esta última, de los ingresos a los productores.

"Plan Nescafé es un ejemplo claro de cómo la sostenibilidad se integra al negocio. La siembra de árboles en las fincas permite mejorar la temperatura, reduciendo el estrés térmico de la planta y aumentando su resiliencia, conservar mejor la humedad del suelo, mejorar la fertilidad y reducir la erosión; lo que a su vez influye en la calidad del grano y por supuesto en sus ingresos; así es como nuestra marca Nescafé impulsa el desarrollo de la caficultura en la región", añadió Kim Waigel, director de Marketing de Nestlé en Centroamérica.



Todos estos avances se enmarcan en el compromiso global de Nestlé de asegurar que, para 2030, el 50% del abastecimiento provenga de prácticas regenerativas.

Otros logros destacados en Centroamérica que suman al objetivo de cero emisiones netas en 2050 a nivel global:

Sostenibilidad de sus empaques. Al cierre del 2025, más del 89% de los empaques plásticos de Nestlé en Centroamérica están diseñados para ser reciclados.

Además, a través de Reciclando Ando, Nestlé Centroamérica logró recuperar y valorizar más de 1.700 toneladas de residuos plásticos en la región; este esfuerzo forma parte del programa global de reciclaje y recuperación de empaques plásticos de Nestlé.

Energías renovables y gestión de consumo de agua. La compañía continúa incrementando el uso de energías renovables en sus operaciones de la región. Actualmente, el 98% de la energía eléctrica utilizada en sus fábricas y centros de distribución proviene de fuentes renovables.

Carol Acajabón y Felix Camey conquistan el oro en República Dominicana



El taekwondo guatemalteco vuelve a brillar a nivel internacional y esta vez con un significado especial para Fundación Bi con el triunfo de los atletas juveniles, Carol Acajabón y Felix Camey quienes se colgaron la medalla de oro en el Open de República Dominicana G-1.

Ver a Carol y Felix en lo más alto del podio es ver el resultado de años de esfuerzo, disciplina y sueños que comenzaron a forjarse en las sedes de taekwondo de la Fundación.

Se recuerdan sus primeros entrenamientos y cómo a lo largo del tiempo fueron puliendo sus habilidades hasta llegar a dónde hoy están, convertidos en seleccionados nacionales con triunfos que ponen en alto el nombre de Guatemala.

Carol Acajabón obtuvo la medalla de oro en la categoría -42kg juvenil mientras que Felix Camey lo hizo en -63kg juvenil. En Fundación Bi a través del eje Crecer, se parte de la idea de que el deporte es una herramienta de transformación personal y social, que se ofrecen alternativas positivas para fomentar una cultura de paz y construir comunidades más fuertes.

El programa Social y Deportivo ofrece práctica deportiva gratuita para niños y jóvenes de 5 a 17 años en: boxeo, gimnasia, taekwondo, judo, fútbol y natación, con una educación en valores, basada en principios olímpicos, espacios seguros, desarrollo y acompañamiento integral de los participantes.

Visa y BAC premian el talento gaming: Ganadores del Torneo Regional viajan a la Copa Mundial de la FIFA 2026™

Este fin de semana, Visa y BAC celebraron la gran final del Torneo Regional Gamer 2026, una competencia 100% online que conectó a más de 700 gamers de los 6 países de la región, apasionados por el fútbol. Seis ganadores fueron seleccionados, uno por cada país participante.

En Guatemala, la gran final tuvo lugar en una gran celebración gamer, en el que más de 6,000 guatemaltecos se reunieron a presenciar y vivir las semifinales, la final y la premiación. Además, se contó con estaciones de distintos videojuegos y temáticas futboleras para disfrutar en familia, en los que se realizaron micro torneos con los participantes.

Tras varias semanas de competencia, los finalistas se enfrentaron en un partido final que puso a prueba sus habilidades, estrategia y pasión por el fútbol digital. Este torneo fue creado por BAC con el objetivo de brindarle una experiencia única a la comunidad gamer, alineada con las nuevas formas de entretenimiento y de conexión con el deporte. Para participar, los requisitos eran ser mayor de edad y contar con una tarjeta Visa de BAC.

Los seis campeones regionales fueron premiados con un paquete para asistir a la Copa Mundial de la FIFA 26™ junto a un acompañante, que incluye entradas para un partido de la fase de grupos, boletos aéreos, tres días y cuatro noches de alojamiento en hotel de cuatro estrellas, una tarjeta Visa prepago con \$400.00, traslados hacia el aeropuerto y a los eventos, desayunos diarios y aperitivos. Todo ello con el fin de vivir de manera única el evento más importante del fútbol mundial.



“En BAC continuamos impulsando iniciativas que conectan con las pasiones de nuestros clientes y responden a sus intereses. Este torneo gamer es una muestra de cómo evolucionamos junto a ellos, integrando el mundo digital con experiencias reales e inolvidables, como lo es vivir la Copa Mundial de la FIFA™”, expresó José Carlos Barrios, Vicepresidente de Personas, Pymes y Medios de Pago de BAC Guatemala.

El Torneo Regional Gamer 2026 se llevó a cabo del 15 de marzo al 19 de abril, consolidándose como una plataforma que transformó la pasión por los videojuegos de los tarjetahabientes Visa de BAC en una oportunidad para vivir de cerca la Copa Mundial de la FIFA 26™.

SIMAN diversifica su oferta con la introducción de marcas globales de Target

Almacenes SIMAN, la cadena de tiendas por departamento líder en Centroamérica, anuncia la incorporación de cuatro reconocidas marcas propias de Target a su portafolio regional: Cat & Jack, All in Motion, Figmint y Threshold. A partir del 20 de abril, las nuevas colecciones estarán disponibles en El Salvador, Guatemala, Costa Rica y Nicaragua, así como en siman.com.

Esta alianza estratégica fortalece categorías clave como moda infantil, activewear y hogar, respondiendo al creciente interés de los consumidores centroamericanos por marcas internacionales de calidad comprobada, diseño contemporáneo y valor accesible.

SOBRE LAS NUEVAS MARCAS

Cat & Jack es la propuesta de moda infantil de Target que combina funcionalidad, diseño divertido y precios accesibles para niños desde recién nacidos hasta preadolescentes. La marca conecta especialmente con padres millennials y familias jóvenes que buscan estilo y practicidad. En SIMAN, la colección incluirá camisetitas, pantalones, shorts, vestidos, jeans y más.

All in Motion es la marca de activewear y athleisure pensada para quienes llevan un estilo de vida activo. Combina rendimiento, versatilidad y diseño contemporáneo en prendas ideales tanto para el entrenamiento como para el día a día, conectando con consumidores que priorizan el bienestar sin sacrificar estilo.



Figmint celebra la creatividad en el hogar y la cocina. Ofrece utensilios, accesorios y piezas funcionales con un diseño moderno, colores vibrantes y precios accesibles, dirigida a consumidores que disfrutan cocinar, recibir y expresar su personalidad a través de los detalles del hogar.

Threshold aporta una propuesta de diseño atemporal y funcional en la categoría de hogar. Desde textiles hasta accesorios decorativos incluyendo edredones, sábanas, cubrecamas y toallas la marca está pensada para quienes buscan crear ambientes acogedores, modernos y frescos en su vida cotidiana.

Artistas guatemaltecos destacan en la 25.ª Bienal de Sídney



Fundación Paiz dio la bienvenida oficial a los artistas guatemaltecos que participan en la 25ª edición de la Bienal de Sídney 2026, uno de los encuentros de arte contemporáneo más relevantes a nivel global. Los representantes nacionales retornaron al país tras formar parte de una plataforma internacional que visibiliza prácticas artísticas contemporáneas desde diversas geografías y contextos culturales.

En esta edición participan 83 artistas y colectivos de 37 países, con una propuesta curatorial que aborda temas como la memoria, la supresión y las perspectivas indígenas. Guatemala destaca con la participación de cinco artistas: Ángel Poyón, Angélica Serech, Edgar Calel, Fernando Poyón y Sandra Monterroso.

La bienal, inaugurada el 14 de marzo y abierta hasta el 14 de junio de 2026 en Australia, es liderada por la directora artística invitada Hoor Al Qasimi, quien propone un enfoque centrado en las historias de los territorios, la colaboración y una programación multidisciplinaria de carácter experimental.

“Desde Fundación Paiz trabajamos para que cada vez más artistas guatemaltecos se inserten en circuitos internacionales. La Bienal de Arte Paiz ha sido una plataforma clave para abrir esas puertas y seguiremos fortaleciendo ese rol como puente entre Guatemala y el mundo”, afirmó Sonia Hurtarte, directora ejecutiva de Fundación Paiz.

Por su parte, la artista Sandra Monterroso destacó: “La Fundación Paiz ha sido fundamental en los procesos de visibilización y profesionalización. A través de la Bienal de Arte Paiz se generan conexiones con curadores y espacios internacionales que son determinantes en la trayectoria de un artista.”

En línea con su estrategia de internacionalización, Fundación Paiz confirmó también su participación en la preapertura de la Bienal de Venecia, un espacio relevante para el cruce entre arte, diseño y tecnología. Esta participación permitirá continuar ampliando redes, generar alianzas estratégicas y fortalecer el posicionamiento de Guatemala dentro del circuito cultural global.