



El sabor de la tradición Alemana llega a El Zapote con su nueva Cerveza Bock



**BAC fortalece las
operaciones regionales de
las empresas con
Ameritransfer**

**MULTITUBO impulsa la
construcción sostenible
con TECNOLOGÍA
CALCIO-ZINC**



MULTITUBO impulsa la construcción sostenible con TECNOLOGÍA CÁLCIO-ZINC

La construcción sostenible avanza como una prioridad para el desarrollo de infraestructura más eficiente, resiliente y responsable con el entorno. En este contexto, Multitubo continúa fortaleciendo su propuesta de valor mediante la incorporación de tecnologías que elevan los estándares de calidad y sostenibilidad de sus productos.

Como parte de este compromiso, la empresa ha incorporado estabilizantes de calcio-zinc en la fabricación de todo su portafolio de tuberías y accesorios de PVC, sustituyendo los compuestos tradicionales elaborados con metales pesados. Esta tecnología contribuye a reducir el impacto ambiental asociado a los procesos productivos y, al mismo tiempo, mejora las propiedades mecánicas del material, favoreciendo su resistencia, desempeño y vida útil.

La implementación de soluciones con calcio-zinc responde a una tendencia cada vez más relevante en la industria de la construcción, que busca materiales capaces de ofrecer alto rendimiento técnico sin comprometer criterios ambientales y de sostenibilidad.

Calidad respaldada por verificación independiente

El compromiso de la compañía con la mejora continua también ha sido respaldado mediante la verificación de productos realizada por Guatemala Green Building Council (GGBC), dentro de uno de los primeros programas del país orientados a validar materiales para la construcción sostenible.

Este tipo de evaluaciones permite a desarrolladores, constructores, diseñadores y consultores acceder a información técnica confiable para la selección de materiales, fortaleciendo la transparencia en la toma de decisiones y promoviendo proyectos con mayores estándares de desempeño y sostenibilidad.

La compañía complementa estos esfuerzos mediante prácticas orientadas a la optimización de recursos en sus procesos productivos, incluyendo iniciativas de reutilización de materiales y acciones enfocadas en una gestión más eficiente del agua, como parte de una estrategia integral de mejora continua.



Promoviendo una cultura de calidad para el sector

Como parte de su visión de liderazgo técnico, Multitubo también impulsa espacios de intercambio de conocimiento que contribuyen al fortalecimiento de la industria. Recientemente, la empresa reunió a representantes de EMPAGUA, Guatemala Green Building Council, ASUA Products, Envirotech, desarrolladores, constructores y especialistas del sector en el Foro Empresarial "Calidad Verificada para Proyectos de Alto Valor".

Durante la actividad se abordaron temas relacionados con sostenibilidad, cumplimiento regulatorio, gestión eficiente del agua, calidad constructiva y mejores prácticas para proyectos de infraestructura e inversión inmobiliaria, promoviendo una conversación sobre los retos y oportunidades que enfrenta actualmente el sector en Guatemala.

Con más de 23 años de trayectoria, Multitubo continúa apostando por la innovación, la inversión tecnológica y la adopción de mejores prácticas que contribuyan al desarrollo de infraestructura más segura, eficiente y sostenible, convencida de que la calidad de los materiales y la construcción responsable son factores clave para impulsar el crecimiento del país.

BAC fortalece las operaciones regionales de las empresas con Ameritransfer

Cuando una empresa crece en Centroamérica, su gestión financiera también necesita cruzar fronteras. Desde pagos a proveedores hasta movimientos entre filiales o cuentas regionales, la operación diaria exige herramientas que permitan administrar recursos con seguridad, agilidad y control. En respuesta a esa necesidad, BAC destaca el valor de Ameritransfer, una solución disponible desde la Banca en Línea BAC que permite realizar transferencias entre cuentas BAC de la región, las 24 horas y con acreditación inmediata, facilitando la administración de operaciones regionales desde una sola plataforma.

Ameritransfer forma parte de la propuesta de valor regional de BAC para empresas grandes y pymes que necesitan realizar pagos dentro de Centroamérica y Panamá. A través de esta herramienta, los clientes empresariales pueden gestionar transferencias entre cuentas BAC, reduciendo tiempos operativos y facilitando la administración de sus flujos financieros regionales.

El servicio está disponible exclusivamente desde la Banca en Línea BAC para clientes con cuenta bancaria BAC y Token de seguridad. Ameritransfer permite realizar envíos 100 % digitales, las 24 horas y con acreditación inmediata en días hábiles, a toda Centroamérica y Panamá, facilitando una mejor planificación financiera para empresas con operaciones o relaciones comerciales en la región.



Actualmente, muchas empresas continúan utilizando mecanismos tradicionales de transferencias internacionales o bancos corresponsales para movilizar recursos dentro de la región, aun cuando ya cuentan con una alternativa disponible dentro del ecosistema digital de BAC. En ese sentido, Ameritransfer representa una herramienta práctica para optimizar procesos financieros, fortalecer la visibilidad sobre los movimientos de recursos y responder con mayor rapidez a las necesidades operativas del negocio.

Con esta solución, BAC continúa fortaleciendo su acompañamiento a clientes empresariales y corporativos, integrando tecnología, seguridad y cobertura regional para facilitar la operación financiera de las empresas que hacen negocios en Centroamérica.

Nueva CERVEZA BOCK de el ZAPOTE trae el sabor tradicional de Alemania

El Zapote Brewing Company anunció el lanzamiento de su nueva cerveza Bock, un estilo lager alemán de edición limitada, dirigida al segmento joven del mercado guatemalteco. Disponible hasta agotar existencias en puntos de venta seleccionados, esta innovación busca ofrecer una experiencia diferente a través de una receta distintiva que incorpora cinco tipos de maltas, alcanzando un perfil complejo y un contenido alcohólico de 6%.

La nueva Bock de El Zapote se inspira en el estilo tradicional originario de Einbeck y perfeccionado en Múnich durante el siglo XVIII. Se caracteriza por su color cobre con tonalidades marrones y destellos rojizos, una carbonatación moderada y un cuerpo pleno. En aroma y sabor, ofrece notas de pan ligeramente tostado y un perfil maltoso con una sutil inclinación hacia frutos negros.

El nombre “Bock” proviene del término alemán que significa “macho cabrío”, en referencia al carácter robusto que distingue a este estilo. Esta es la primera vez que El Zapote Brewing Company utiliza una combinación de cinco maltas en una misma fórmula, consolidando así su apuesta por la innovación dentro del portafolio.



“Con Bock buscamos sorprender al consumidor joven con una propuesta auténtica, fiel a la tradición alemana pero reinterpretada con el sello de El Zapote. Es una cerveza de carácter, ideal para quienes quieren explorar sabores más complejos,” afirmó Nicolás Cofiño, gerente de marca El Zapote.

En cuanto a maridaje, la nueva Bock se complementa idealmente con quesos como gouda y suizo, cortes como ribeye, brisket o cerdo con salsa BBQ picante, así como opciones más intensas como chocolate oscuro, pato asado, pollo a la parrilla o chuletas de cerdo. Esta edición refuerza el compromiso de El Zapote Brewing Company por innovar constantemente y enriquecer la cultura cervecera en Guatemala, acercando estilos tradicionales a nuevas audiencias con propuestas contemporáneas.

Aficionados de América Latina y el Caribe impulsan fuertes tendencias económicas en los países sede del Mundial 2026

A medida que se desarrolla la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en México, Estados Unidos y Canadá, los aficionados de América Latina y el Caribe están haciendo mucho más que alentar desde las tribunas: están demostrando una fuerte actividad económica en los países anfitriones. Según un nuevo análisis de Visa Consulting & Analytics (VCA), los viajeros internacionales de la región están impulsando las transacciones transfronterizas en categorías comerciales clave, transformando los días de partidos en importantes oportunidades de comercio más allá de la experiencia en el estadio. Los visitantes de Brasil, Colombia, Ecuador, Argentina y Panamá lideraron el flujo turístico regional hacia los países sede de torneo.

Los visitantes de la región están impulsando las economías de los países anfitriones

VCA analizó datos de transacciones transfronterizas de Visa realizadas por tarjetahabientes de América Latina y el Caribe que viajaron a Canadá, México y Estados Unidos durante la semana inaugural del torneo, del 11 al 18 de junio. Los resultados revelan claros patrones de viaje y gasto:

- **Aumento de las transacciones transfronterizas:** Durante la primera semana del torneo, las transacciones transfronterizas de Visa, realizadas por tarjetahabientes de América Latina y el Caribe en los países anfitriones, aumentaron 31% en comparación con el mismo período de 2025.
- **De dónde provienen los viajeros:** Los países anfitriones registraron una importante afluencia de turistas de América Latina y el Caribe; Brasil, Colombia, Ecuador, Argentina y Panamá lideraron la región en llegadas totales de visitantes durante la primera semana del torneo.
- **Mercados con mayor crecimiento en transacciones:** En términos de impacto comercial, los tarjetahabientes de Brasil, Colombia y Ecuador generaron la mayor cantidad de transacciones internacionales durante la primera semana, registrando un crecimiento en transacciones Visa de 39% en comparación con el mismo período del año anterior.
- **Principales categorías de gasto:** Las transacciones aumentaron en las categorías de Restaurantes (38%), Transporte (49%) y Supermercados (16%), lo que refleja una experiencia turística y deportiva integral más allá del partido en sí.



- **Mayor uso de Tap to Pay al preferir conveniencia:** Los pagos realizados con la tecnología contactless de Visa aumentaron 55% en comparación al mismo período del año anterior. Los tres países con más transacciones sin contacto fueron Brasil, Colombia y Argentina. Este impulso sostenido reafirma la fuerte demanda de soluciones de pago que ofrecen velocidad, conveniencia y seguridad en el entorno comercial actual.

- **Principales destinos anfitriones:** Durante la primera semana del torneo, Estados Unidos registró la mayor concentración en volumen de transacciones de viajeros de América Latina y el Caribe, seguido por Canadá y México.

Durante casi 20 años, Visa y FIFA se han asociado para innovar y ampliar el acceso para aficionados, comercios y comunidades en todo el mundo. Como Socio Oficial de Tecnología de Pagos de la Copa Mundial de la FIFA 2026™, Visa está activando iniciativas a gran escala en toda la región, con 145 proyectos en 25 mercados y 121 clientes, ofreciendo experiencias inolvidables a los tarjetahabientes.

El equipo de consultoría de VCA analizó datos relacionados con transacciones transfronterizas de consumidores de América Latina y el Caribe realizadas en México, Estados Unidos y Canadá a través de VisaNet entre el 11 y el 18 de junio de 2026, en comparación con el mismo período de 2025.

Wild se transforma en BravoBrands para ofrecer un ecosistema integral de comunicación en la región

Latinoamérica se ha convertido en una de las regiones más dinámicas, diversas y complejas para las marcas. Lo que funciona en un mercado no necesariamente funciona en otro; las audiencias se mueven a distintas velocidades, las conversaciones cambian por país y las marcas necesitan operar con mayor sensibilidad cultural, agilidad y consistencia regional.

Frente a esta nueva realidad, Wild, agency of record multilatinas con 17 años de experiencia, anuncia el lanzamiento de BravoBrands, un ecosistema multilatinas de comunicación creado para ayudar a las marcas a crecer dentro de la complejidad cultural de Latinoamérica.

Wild ha construido su modelo sobre una convicción clara: LATAM no es un solo mercado, son 19 conversaciones distintas. Desde esa visión, la agencia ha acompañado a marcas regionales y globales a comunicarse a la velocidad de la cultura latina, combinando estrategia, creatividad, contenido, social media, branding, paid media y pensamiento de negocio.

Hoy, con servicio en 19 mercados de habla hispana y un equipo de más de 100 colaboradores distribuidos en 13 países, Wild entra en una nueva etapa de expansión con BravoBrands, una plataforma que responde a una necesidad concreta del mercado: las marcas ya no buscan únicamente agencias especializadas por disciplina, sino socios capaces de conectar capacidades, talento, conocimiento local y ejecución regional en un mismo sistema.

Con este lanzamiento, BravoBrands busca consolidarse como un actor líder en la región, integrando agencias especializadas construidas desde Latinoamérica: Wild, como agency of record; Stampede, enfocada en PR, influencer marketing y experiential; Mediática México, especializada en medios; y Wildcat, enfocada en social media. Juntas, conforman una plataforma regional diseñada para integrar estrategia, cultura, creatividad, conversación y amplificación.



La creación de BravoBrands representa la evolución natural de Wild: de una agencia multilatinas a un ecosistema de comunicación capaz de operar con mayor profundidad, flexibilidad y capacidad de respuesta en una región donde cada mercado exige una lectura propia

BravoBrands parte de esa misma visión: combinar especialidades que antes operaban por separado para responder a los retos actuales de las marcas. En un entorno donde las audiencias viven entre cultura, medios, conversación y contenido, las soluciones más efectivas ya no pertenecen a una sola disciplina.