

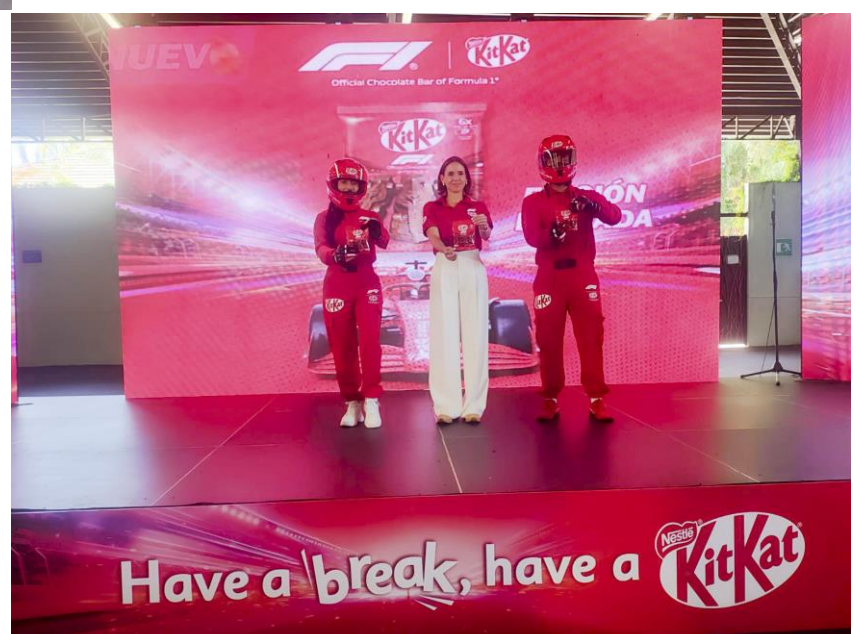


Guatemala renueva su portal oficial de promoción turística visitguatemala.gt



McDonald's alcanza 126 restaurantes en Guatemala

Nestlé presenta en Guatemala la nueva edición limitada de KitKat inspirada en la Fórmula 1



Nestlé presenta en Guatemala la nueva edición limitada de KitKat inspirada en la Fórmula 1

Nestlé, empresa líder en alimentos y bebidas, y su icónica marca KitKat, presentan al mercado guatemalteco el Chocolate KitKat Icónico de F1, una edición limitada que lleva la emoción de la máxima categoría del automovilismo a una nueva experiencia de chocolate. El lanzamiento, que llega por primera vez a Centroamérica, estará disponible en Guatemala a partir del 26 de agosto.

Como chocolate oficial de la Fórmula 1, KitKat presenta una propuesta que combina uno de los territorios deportivos más emocionantes del mundo con su reconocido concepto de disfrutar un break. El nuevo producto está elaborado con auténtico chocolate con leche KitKat, ahora en una llamativa forma de carro icónico de F1 y relleno de trozos de wafer granulado.

El lanzamiento también representa una nueva manera de acercar a los consumidores guatemaltecos a la experiencia de KitKat y la Fórmula 1 a través de un producto que destaca desde su forma. Cada pieza recrea un carro de F1 y transforma el tradicional momento de consumo de chocolate en un break inspirado en la velocidad.

"La conexión entre KitKat y la Fórmula 1 nos permite llevar nuestro icónico Have a Break, Have KitKat a un territorio lleno de emoción y velocidad, incluso en el deporte más rápido del mundo.



El Chocolate KitKat Icónico de F1 estará disponible en edición limitada de agosto a diciembre de 2026 en supermercados de todo el país. Vendrá en una presentación de 66 gramos que incluye de 6 unidades de 11 g, ideal para compartir, a un precio sugerido de Q24. Por ser edición limitada su disponibilidad estará sujeta a existencias y rotación del producto.

Con este lanzamiento, Nestlé y KitKat continúan acercando propuestas innovadoras al mercado guatemalteco y creando nuevas formas de disfrutar uno de los momentos más reconocidos de la marca con "Date un Break, Date un KitKat", esta vez acompañado por la emoción de la Fórmula 1.

Emprender también es saber entregar: cómo la logística impulsa a los pequeños negocios

En Guatemala, casi 94 de cada 100 empresas registradas son microempresas, un segmento que desempeña un papel relevante en la actividad económica del país. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2024 se registraron 645,431 empresas, de las cuales 606,357 fueron microempresas, equivalentes al 93.95% del total.

Para muchos de estos negocios, crecer no solo significa aumentar sus ventas, sino también encontrar nuevas formas de atender la demanda y responder a las expectativas de sus clientes. En un entorno donde los canales digitales y las redes sociales facilitan la promoción de productos y la recepción de pedidos, concretar una venta es apenas una parte del proceso.

Coordinar el envío, encontrar una opción de transporte disponible y cumplir con los tiempos acordados también forman parte de la experiencia de compra y pueden convertirse en un reto cuando aumenta el volumen de pedidos, especialmente para emprendimientos que todavía no cuentan con una estructura logística propia.

4 señales de que la logística de tu negocio necesita evolucionar:

Pierdes mucho tiempo coordinando envíos en lugar de enfocarte en tu negocio.

Los pedidos se acumulan en horas pico y empiezan a generarse retrasos.

Te cuesta llegar a nuevas zonas porque no tienes una solución de entrega flexible.

La experiencia del cliente es inconsistente dependiendo del día o volumen de pedidos.

Identificar estas señales puede ayudar a los emprendimientos a buscar alternativas que les permitan gestionar sus entregas de manera más eficiente, sin necesidad de contar con una flota propia.



Como respuesta a esta necesidad, inDrive Entregas ofrece una alternativa para pequeñas y medianas empresas que necesitan enviar paquetes de manera práctica, conectando sus necesidades de distribución con conductores disponibles a través de la plataforma.

Para los pequeños negocios, anticipar estas necesidades puede ayudar a que un aumento en los pedidos no se convierta en un desafío operativo. A medida que un emprendimiento crece, contar con opciones de entrega que puedan adaptarse a distintos volúmenes y momentos de demanda puede ser tan importante como generar nuevas ventas.

Guatemala renueva su portal oficial de promoción turística visitguatemala.gt

El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) presentó hoy la evolución de visitguatemala.gt, el portal oficial de promoción turística del país, que permite a viajeros de cualquier parte del mundo descubrir destinos, consultar información útil y crear un itinerario personalizado mediante un modelo de inteligencia artificial que acompaña al viajero desde el descubrimiento del destino hasta la planificación de su visita.

La plataforma está disponible en computadoras y teléfonos y combina fotografías, videos, fichas de destinos, mapas interactivos y un planificador con inteligencia artificial que permite al usuario indicar cuánto tiempo tiene disponible, qué experiencias busca y cuáles son sus intereses. A partir de esta información, la herramienta recomienda lugares y organiza una propuesta de viaje acorde con cada viajero.

El nuevo ecosistema digital también reúne información práctica sobre transporte, requisitos de entrada, clima, moneda, conectividad, salud, seguridad y Asistencia Turística. Su diseño adaptable facilita la navegación en dispositivos móviles y su disponibilidad en español, inglés, alemán, francés, italiano y portugués amplía el acceso para viajeros de mercados internacionales.

“Con visitguatemala.gt ponemos la diversidad del país al alcance de cada viajero y hacemos que planificar una visita sea más sencillo, personal y confiable. La tecnología nos ayuda a contar mejor las historias de Guatemala y a convertir ese interés en rutas concretas que distribuyan los beneficios del turismo en más territorios”, indicó Harris Whitbeck, director general del INGUAT, durante el acto de presentación del portal.

La transformación digital y el desarrollo tecnológico de visitguatemala.gt fueron realizados por la empresa de desarrollo de tecnologías para el sector turístico Passport en colaboración con INGUAT, integrando contenidos, herramientas tecnológicas y una arquitectura digital orientada a acompañar al viajero en todo su recorrido, desde la inspiración hasta la organización de su viaje.



La nueva experiencia digital amplía la visibilidad de los atractivos y puntos de interés de Guatemala más allá de los destinos tradicionales. Como parte del proyecto, se estructuraron contenidos turísticos, se desarrollaron herramientas de planificación y se generaron activos digitales, listos para seguir impulsando la promoción internacional del destino

El portal incorpora un sistema de gestión de contenidos que otorga al INGUAT mayor autonomía para actualizar las páginas, adaptar la información y responder con rapidez a las necesidades del destino. Esta capacidad editorial reduce la dependencia de intervenciones técnicas en cada modificación y facilita mantener contenidos más útiles y oportunos.

La plataforma también cuenta con una estrategia de optimización para motores de búsqueda (SEO) orientada a mejorar la visibilidad de Guatemala cuando los viajeros buscan destinos, itinerarios, requisitos y experiencias en internet. De esta manera, la promoción turística conecta la intención de búsqueda con información oficial y con herramientas que ayudan a tomar decisiones.

McDonald’s alcanza 126 restaurantes en Guatemala



McDonald’s continúa consolidando su presencia en Guatemala para estar cada vez más cerca de sus invitados. En esta ocasión, anuncia la apertura de dos nuevos restaurantes: uno en Chitatul, Quiché, y otro en el Food Court del Centro Comercial El Frutal, en Villa Nueva, alcanzando así 126 ubicaciones en todo el país. A este crecimiento se suma la remodelación de sus icónicos restaurantes en la zona 5 de la Ciudad Capital y en Cayalá, zona 16, diseñados para brindar una experiencia más ágil y cómoda.

Esta importante inversión contribuye de forma directa a la economía del país al brindar más de 119 oportunidades de trabajo formal, abriendo las puertas principalmente a jóvenes que inician su trayectoria laboral. Además, incorporan innovaciones pensadas en la comodidad de los invitados, como pantallas digitales para realizar pedidos personalizados, servicio a la mesa y cabinas exclusivas para agilizar la entrega en McDelivery. En el caso de los puntos renovados, Zona 5 estrena una tercera ventanilla en AutoMac y estación de refill de café, mientras que Cayalá suma una ventanilla de atención peatonal y mayor capacidad de asientos.

Como parte del compromiso de McDonald’s con el planeta, cada uno de estos espacios integra iniciativas amigables con el medio ambiente. Entre las principales acciones destacan la instalación de paneles solares y cortinas térmicas para reducir el consumo de energía eléctrica, así como el uso de mobiliario elaborado con materiales reciclados, chorros ahorradores, plantas de tratamiento de agua y basureros para la separación de desechos.

Mensaje del Entrenador Lester Martínez previo a su pelea contra Plantic

El campeón mundial interino de peso supermediano del CMB, Lester Martínez, realizará su primera defensa del título contra el invicto olímpico de 2020, Luka Plantic, este sábado 29 de agosto en el Galen Center de Los Ángeles.

Martínez ha recorrido un largo camino desde que, a los 11 años, probó por primera vez este deporte, y sin duda se ha beneficiado de contar con una figura familiar que lo ha acompañado en cada paso del camino.

El entrenador Héctor Arreola conoció a Martínez cuando entonces tenía 12 años, en un evento de búsqueda de talentos del boxeo en la ciudad natal del joven, San Benito, Petén, Guatemala. El entrenador Arreola reconoció rápidamente el talento de Martínez y lo incorporó a un programa de boxeo amateur en el vecino departamento de Izabal, Guatemala.

Martínez tuvo una carrera amateur muy exitosa en la Selección Nacional de Guatemala, donde ganó una medalla de plata en el Campeonato Mundial Juvenil de 2012, derrotó al dos veces campeón olímpico Arlen López en una competencia internacional y llegó a ser parte de dos selecciones olímpicas antes de convertirse en profesional en 2019.

Ahora tiene un récord profesional de 20-0-1 y es el primer boxeador guatemalteco en conquistar una parte de un título mundial de uno de los principales organismos sancionadores del boxeo.



En cada paso del camino, el entrenador Arreola ha estado a su lado, tal como lo estará el sábado por la noche. Martínez y Arreola llegaron a Los Ángeles el domingo para realizar los preparativos finales y participar en las actividades de la semana previa a su combate del 29 de agosto.

Hoy, ver a Lester consolidado como Campeón Mundial Interino de Peso Supermediano del CMB es más que un simple logro deportivo; es un testimonio de trabajo arduo e incansable.

Como su entrenador de toda la vida, ser testigo de esta evolución de primera mano me llena de un orgullo indescriptible, pero sé que esto significa mucho más que un cinturón o el éxito en el gimnasio.

Las entradas ya están a la venta para la esperada pelea por el título mundial interino supermediano del CMB entre el campeón Lester Martínez, de Ciudad de Guatemala, Guatemala, y el retador Luka “The Thunder” Plantić, con récord de 13-0 (10 KOs), de Zagreb, Croacia, el 29 de agosto en el USC Galen Center de Los Ángeles.

Desafiar la gravedad: una innovación segura y confiable frente a los retos de la menstruación

Con el propósito de evolucionar junto a sus consumidoras, Kotex®, la marca de cuidado femenino de Kimberly-Clark, fortalece su portafolio mediante una nueva tecnología, esta innovación nace de escuchar las necesidades reales de sus usuarias.

Para transformar su catálogo, la marca tomó como eje central la experiencia de sus clientes. A partir de la recopilación de datos y la retroalimentación recibida, la compañía desarrolló mejoras enfocadas en ofrecer mayor protección, flexibilidad y comodidad, brindando así un óptimo acompañamiento en el ciclo de cada mujer.

“En Kotex®, escuchamos y estamos enfocados en satisfacer las necesidades de nuestras consumidoras. Ese es nuestro principal motor de innovación para continuar fortaleciendo nuestro catálogo de productos. Esta nueva tecnología, si bien busca elevar el confort y protección para las usuarias durante la menstruación, tiene el objetivo de acompañar mujeres a prueba de la gravedad emocional, física y creativa, para que durante esos días del ciclo puedan continuar con sus tareas y pasiones”, mencionó Cindy Castañeda, gerente de Marketing para Kotex® Centroamérica, Kimberly-Clark.

La marca realizó un estudio en varios países de Latinoamérica, entre el 13 de diciembre de 2024 y el 14 de enero de 2025, con el fin de descubrir las necesidades pendientes de niñas y mujeres, y contribuir a resolver sus desafíos cotidianos.

Según la investigación, en Latinoamérica, las toallas sanitarias son el producto menstrual más utilizado con frecuencia por el 98% de las encuestadas, mientras que el 82% utiliza protectores diarios. Adicionalmente, la irritación por el uso de toallas sanitarias es la principal preocupación de las mujeres, seguida por el mal olor y las fugas diurnas, en especial por la parte posterior y los laterales. En respuesta a esta información la marca elevó el diseño de sus artículos de cuidado femenino.

Música que empodera y rompe el silencio

Como parte de sus acciones por impulsar una conversación abierta sobre la menstruación y eliminar los tabúes alrededor del tema, especialmente en las nuevas generaciones; Kotex® lanzó “I Like It”, una colaboración entre cinco artistas de Latinoamérica en una canción pop, bajo la supervisión de Nabález

Más allá de su sonido fresco y contagioso, la melodía busca desmitificar los mitos, romper barreras y silencios que necesitan seguir siendo visibilizados, especialmente en una nueva generación de oyentes.

Con frases como: “si el mundo tira para abajo, tengo alas pa’aprender a volar” o “yo no rompo las reglas, las vuelvo a crear”, la canción empodera a las consumidoras de Kotex® y las invita a vivir en libertad.

El sencillo ya está disponible en todas las plataformas de música y se puede escuchar en este enlace sndo ffm.to/pv3d4pw y su videoclip oficial ya se encuentra en YouTube: youtu.be/gQX1WDcO9ME.



A prueba de la gravedad

“Adicionalmente, la campaña de Move Against Gravity, lleva la conversación menstrual a territorios culturales y cotidianos como el deporte, la música y el movimiento, para que, durante esos días del mes, las usuarias puedan sentirse cómodas y protegidas durante sus rutinas y actividades”, explicó Castañeda.

En esa misma línea, Kotex® busca hacer consciente las “tres gravedades”: emocional, física y creativa, con la idea de que la disciplina por el movimiento o cualquier voluntad emocional y creativa, pueden traer salud, aún en esos días del mes.