



Kotex revoluciona la protección menstrual con una innovación que desafía la gravedad



Aprovecha la canícula en Guatemala para renovar y proteger tus techos con **FESTER**

FORAGRO destaca el valor de la agricultura y su papel en el desarrollo de centroamérica



Aprovecha la canícula en Guatemala para renovar y proteger tus techos con FESTER

La canícula es ese respiro soleado a mitad del año en el que las lluvias disminuyen temporalmente en el país. Sin embargo, este período seco es también la antesala de la etapa más intensa del invierno. Esperar a que aparezcan filtraciones en medio de una tormenta es un error común; por ello, la canícula representa la oportunidad perfecta para revisar, reparar e impermeabilizar techos, losas y muros, antes que regresen las fuertes lluvias.

Para asegurar que tu hogar este protegido con la más alta calidad, Henkel pone a disposición en Guatemala el portafolio de FESTER, marca líder en la industria de la construcción e impermeabilización.

Con tecnología avanzada y de fácil aplicación, Fester ofrece una guía práctica y soluciones clave para que las lluvias no te tomen por sorpresa:

El secreto está en la preparación: identifica y repara

Para que un impermeabilizante funcione al 100%, la superficie debe estar seca y limpia. Los días soleados de la canícula facilitan que la humedad acumulada en techos y paredes se evapore por completo, garantizando una adherencia óptima de los productos.

Soluciones FESTER para cada necesidad

Para techos, azoteas y terrazas Fester imperfácil total: es un impermeabilizante acrílico de tecnología avanzada y secado rápido solo necesitando 3 horas de secado entre capas, que permite realizar el trabajo de protección en tiempo récord. Brinda una excelente adherencia, no necesita mayas de refuerzo y también contiene máxima reflectividad solar en su presentación blanca, reduciendo la temperatura interior y formando una barrera altamente resistente contra el agua, puede ser aplicado encima de tratamientos anteriores.



Para muros con humedad recurrente- Fester No Más Salitre: es una solución ideal preventiva y correctiva para paredes interiores y exteriores afectadas por la humedad. Evita que aparezca salitre, manchas blancas y el desprendimiento de pintura, restaurando la superficie y creando una protección duradera antes de pintar. Puede ser solo aplicado en exteriores con recubrimiento y cuenta con protección permanente sin necesidad de aplicaciones adicionales.

Para rellenar y asilar grandes cavidades Fester Espuma Expansiva: espuma de poliuretano ideal para sellar, aislar y rellenar huecos, pasos de tuberías, juntas o grietas profundas en techo y muros. Al expandirse, sella herméticamente contra el aire, el agua y el polvo, garantizando mayor confort térmica, acústica y expande 3 veces su tamaño.

Para grietas y juntas críticas Fester Superseal P: Sellador elástico de poliuretano de secado rápido diseñado para el sellado hermético de juntas estructurales, uniones de prefabricados, mampostería, concreto y lámina. Absorbe los movimientos térmicos de la estructura sin agrietarse ni perder adherencia.

En Henkel, entendemos que la tranquilidad de las familias y la durabilidad de las obras comienzan con un espacio seguro. Con la asesoría adecuada y la tecnología de Fester, las estructuras en Guatemala estarán listas para enfrentar la segunda mitad del invierno sin preocupaciones.

FORAGRO destaca el valor de la agricultura y su papel en el desarrollo de centroamérica

En el marco del Día de la Agricultura, que se conmemora cada 9 de septiembre, Foragro reconoce el papel de los agricultores como actores fundamentales para el desarrollo económico, la seguridad alimentaria y el bienestar de las comunidades de Centroamérica.

Para la compañía, esta fecha representa una oportunidad para destacar la labor de quienes trabajan diariamente en el campo y, al mismo tiempo, reflexionar sobre los retos que enfrenta actualmente la agricultura, entre ellos la variabilidad climática, la disponibilidad de recursos, la necesidad de mejorar la productividad y la incorporación de nuevas tecnologías a los procesos agrícolas.

Con 38 años de trayectoria, Foragro ha desarrollado su experiencia acompañando a agricultores de diferentes países de la región, conociendo de cerca las particularidades de cada mercado, cultivo y zona productiva. Esta cercanía le ha permitido desarrollar y ofrecer soluciones orientadas a las necesidades reales del agricultor.

La evolución de la agricultura también ha generado una mayor necesidad de integrar diferentes herramientas para proteger los cultivos, mejorar su desarrollo y aprovechar de mejor manera los recursos disponibles. En este contexto, Foragro cuenta con un portafolio que incluye soluciones para protección de cultivos, nutrición vegetal, semillas, equipos de aplicación, plásticos agrícolas y otras alternativas dirigidas a distintos segmentos productivos.



A través de sus operaciones en más de 15 países y un equipo de más de 700 colaboradores, la empresa mantiene una presencia regional que le permite acompañar a agricultores y clientes desde una perspectiva cercana a las condiciones de cada mercado.

Para Foragro, el futuro de la agricultura estará marcado por la capacidad del sector para adaptarse a nuevas condiciones, incorporar tecnología y fortalecer el conocimiento técnico. La colaboración entre agricultores, empresas, distribuidores y otros actores de la cadena productiva será fundamental para continuar impulsando el desarrollo agrícola de Centroamérica.

En el marco de esta celebración, Foragro reafirma su compromiso de continuar trabajando junto a los agricultores de la región, poniendo a su disposición soluciones y experiencia para contribuir al desarrollo de una agricultura productiva, competitiva y preparada para el futuro.

Kotex revoluciona la protección menstrual con una innovación que desafía la gravedad

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 — quien ha trabajado con figuras como J Balvin, Camilo, TINI y Katy Perry—.

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.

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

Guatemala fortalece sus expectativas de contratación para el cierre de 2026

Las empresas guatemaltecas anticipan un cierre de año con mayor dinamismo en la contratación. De acuerdo con la Encuesta de Expectativas de Empleo de ManpowerGroup para el cuarto trimestre de 2026, Guatemala registra una Tendencia Neta de Empleo Ajustada Estacionalmente de 38%, lo que representa un aumento de 22 puntos porcentuales frente al trimestre anterior y de 11 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2025.

Las expectativas de los empleadores muestran un panorama favorable para los próximos meses, el 48% prevé incrementar su plantilla, 42% espera mantenerla sin cambios y solamente 9% anticipa una reducción entre octubre y diciembre.

Por regiones, el sur registra la Tendencia Neta de Empleo más alta, con 60%, seguido por la región oriente, con 43%, mientras que centro alcanza el 38%. Los resultados evidencian diferencias importantes en el ritmo de contratación previsto dentro del territorio nacional.

Entre los sectores industriales, hospitalidad presenta las perspectivas más sólidas, con un 70%. Le siguen Información, con 63%, y Banca, Finanzas y Seguros, con 55%, convirtiéndose en los tres sectores con mayor intención de contratación para el cierre del año. El tamaño de las organizaciones también influye en sus planes de contratación. Las empresas con 5,000 o más colaboradores alcanzan una Tendencia Neta de Empleo de 75%, mientras que las organizaciones de 1,000 a 4,999 colaboradores registran 60% y las empresas de 10 a 49 colaboradores, 41%.

Crece las oportunidades para el talento de nivel inicial

Los empleadores también reportan un incremento en la contratación de trabajadores que se encuentran al inicio de su carrera profesional frente a 2025. El aumento es especialmente marcado en hospitalidad, el 100% reporta mayor contratación de talento de nivel inicial; seguido por finanzas y seguros con un 82% y manufactura con un 59%.



Los procesos de contratación también muestran señales de mayor agilidad. Frente al año pasado, 43% de las organizaciones señala que ahora cubre sus vacantes más rápido, 34% tarda aproximadamente el mismo tiempo y 23% reporta que el proceso sigue lento.

Entre los factores que están ayudando a acelerar las contrataciones destacan una mejor segmentación y búsqueda de candidatos, una mayor colaboración entre Recursos Humanos y los gerentes de contratación y procesos internos de aprobación y toma de decisiones más rápidos.

La confianza, la nueva ventaja competitiva del crédito digital en Guatemala

La confianza es uno de los pilares sobre los que debe construirse el futuro del crédito digital en Guatemala. Durante el encuentro “Saber para decidir: construyendo confianza a través de los servicios financieros responsables”, representantes de la industria fintech y expertos destacaron que el desarrollo de nuevas estrategias de inclusión financiera debe ir acompañado de servicios responsables, buenas prácticas y mecanismos que fortalezcan la protección y la capacidad de decisión de los usuarios.

Los datos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera y Salud Financiera (ENIFH) 2025 también muestran distintos niveles de acceso y adopción de servicios financieros: 39.3% utiliza canales digitales para gestionar cuentas, 20.7% ahorra en una institución financiera, 13.8% utiliza banca móvil y 13.4% obtuvo crédito de una fuente formal.

Estas cifras evidencian la oportunidad que existe para ampliar el acceso a nuevas soluciones financieras. Sin embargo, el desafío no consiste únicamente en que más personas puedan utilizar productos de crédito digital, sino en construir las condiciones para que ese acceso se traduzca en una relación financiera sostenible. La misma encuesta reveló que, mientras 65% de las personas afirma pagar puntualmente sus deudas y 53.5% evalúa su capacidad de pago antes de realizar una compra, solo 28.6% registra sus gastos, 24.8% lleva un presupuesto y 21.9% planifica para su jubilación. Estos indicadores refuerzan la necesidad de acompañar la expansión de los servicios financieros con herramientas, información y prácticas que permitan a los usuarios tomar decisiones informadas y responsables.

Autorregulación y buenas prácticas para construir confianza

Uno de los principales ejes de la conversación fue el papel de la propia industria en la construcción de un mercado de crédito digital responsable.

Durante el panel se destacó que la autorregulación puede convertirse en uno de los pilares para fortalecer la confianza en un sector en crecimiento. La construcción de códigos de buenas prácticas, estándares y mecanismos compartidos puede establecer criterios sobre la forma en que las empresas se relacionan con sus usuarios y contribuir a elevar la calidad y responsabilidad de los productos y servicios financieros.



La construcción de confianza en el sistema financiero mediante la transparencia y el uso responsable permite a los usuarios ampliar su historial crediticio y acceder a mejores opciones de financiamiento a largo plazo. Por ello, la industria fintech debe asumir la responsabilidad de autorregularse e impulsar buenas prácticas que aseguren un crecimiento sostenible del crédito digital, garantizando que la inclusión financiera en el país no solo abra puertas por primera vez, sino que consolide relaciones duraderas.

Como parte de los avances presentados durante el encuentro, la Asociación Fintech de Guatemala resaltó la importancia de herramientas como BETO, un chatbot que funciona desde principios de este año y que busca resolver dudas frecuentes y ofrecer pasos concretos para que las personas puedan tomar decisiones financieras informadas en su día a día. Esta iniciativa refleja el compromiso del sector con el desarrollo de herramientas que acompañen a los usuarios y faciliten una relación más clara y responsable con los servicios financieros.

ÍTEGRO gana plata en los Premios CLICC

ÍTEGRO, empresa desarrolladora y operadora de proyectos comerciales, residenciales, de hotelería y parques industriales, parte de Corporación Aicsa, fue galardonada con la distinción de Plata en la categoría Arquitectura Proyecto Nuevo en los Premios CLICC 2026 por su más reciente centro comercial: Los Celajes de Quiché.

Los Premios CLICC, organizados por la Cámara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales (CLICC), reconocen los proyectos más sobresalientes de la región en arquitectura, innovación, diseño y mejores prácticas del sector inmobiliario comercial.

Este galardón internacional valida la visión de ÍTEGRO de que el desarrollo también tiene nuevas geografías y sitúa a Quiché como protagonista. Los Celajes de Quiché nació con esa visión: crear un espacio que reflejara la identidad de la región, impulsara su crecimiento y generara valor para la comunidad más allá de su función comercial, llevando a los vecinos de Santa Cruz del Quiché y comunidades aledañas infraestructura de primer nivel, marcas de renombre y servicios esenciales que transforman la dinámica económica local.

Desarrollo con propósito y compromiso con las comunidades

Esta distinción a nivel latinoamericano se suma al impacto económico y social que ÍTEGRO impulsa en el país, reflejado en los resultados de su más reciente reporte de sostenibilidad:

Generación de empleo: ÍTEGRO ha generado más de 24,000 empleos directos e indirectos en el país. Tan solo en su última gestión, generó 14,646 empleos directos, representando el 3.4% del empleo total del sector de la construcción en Guatemala.

Impacto comunitario y formación: durante el último año, la compañía impactó positivamente a más de 122,000 personas mediante actividades sociales, culturales, educativas y de formación comunitaria en las zonas donde opera.

Apoyo a la salud, deporte y bienestar: a través de sus iniciativas de vida saludable (clases de Zumba, HIIT y entrenamientos para corredores), ha beneficiado a más de 5,000 personas, sumado a jornadas médicas y espacios para emprendedores locales en sus diferentes centros comerciales.

Inversión en infraestructura pública: La empresa ha destinado más de Q40 millones en obras de mejora de infraestructura pública (agua, saneamiento y seguridad vial), beneficiando a más de 780,000 guatemaltecos.

Equidad e inclusión: La organización promueve activamente el liderazgo femenino, contando con un 53% de mujeres en puestos de toma de decisión y un 53% en su fuerza laboral total.



Crecimiento y preferencia: Con más de 15.9 millones de visitantes al año en sus centros comerciales, ÍTEGRO registró un crecimiento del 33% en sus activos gestionados, operando 16 activos a nivel nacional y contando con un portafolio de más de \$100 millones en planificación.

Con este reconocimiento internacional en los Premios CLICC, ÍTEGRO consolida su posición como un referente de innovación arquitectónica, desarrollo sostenible y líder en el sector inmobiliario del país, reafirmando su compromiso de continuar invirtiendo en proyectos que transforman positivamente a las comunidades de Guatemala.