



Industria de alimentos y bebidas se fortalece en Guatemala dejando una huella económica de Q207 mil millones

Agexport anuncia las empresas finalistas al Galardón Nacional a la Exportación 2026

Guatemala fue la sede de la Cumbre Latinoamericana de la WFA: ASCIENDE



Últimas noticias
Jonathan Menkos volvió como Ministro del MINFIN





Jonathan Menkos volvió como Ministro del MINFIN

El presidente Bernardo Arévalo informó que fue nuevamente juramentado Jonathan Menkos como ministro de Finanzas Públicas (MINFIN).

Es de recordar, que el pasado martes, 13 de octubre, Menkos solicitó al Pleno del Congreso de la República permiso para ausentarse de su curul por tiempo definitivo para ocupar el cargo en el Ejecutivo.



Mientras tanto, ahora Menkos nuevamente ocupa el cargo de ministro de Finanzas.

Menkos dejó el BANGUAT luego que un amparo de la Corte de Constitucionalidad (CC) otorgará un amparo provisional a quienes presentaron amparos, entre ellos el sector empresarial organizado en CACIF y el jefe de bancada VAMOS, Allán Rodríguez.

Los amparados afirmaron que se protege la institucionalidad y se evita la politización.



Débora Alvarado, quien fungió como viceministra previa a que Menkos fuera nombrado presidente del Banco de Guatemala (BANGUAT) y luego tomó posesión como ministra durante los días, que el funcionario ostentó el cargo en la banca central ahora ha vuelto al viceministerio.

El retorno de Menkos ocurre en el marco del análisis del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el 2027.

Actualmente, la Comisión de Finanzas Públicas y Moneda del Congreso, realiza las audiencias públicas para que las instituciones puedan presentar sus necesidades presupuestarias y el por qué requieren más recursos del erario nacional.

El presupuesto debe ser aprobado o no al 30 de noviembre de 2026.

Consulado honorario de Guatemala participa en conferencia NORDA



El Consulado Honorario en Gdynia, Polonia, participó en la conferencia “NORDA – Espacio para los Negocios”, celebrada en Jastrzębia Góra, Voivodato de Pomerania en el norte de Polonia, a orillas del mar Báltico. La actividad reunió a representantes del sector empresarial, gobiernos locales e instituciones vinculadas con el desarrollo regional, con el propósito de intercambiar perspectivas sobre las principales oportunidades y desafíos para el crecimiento económico del **norte de Casubia**, una zona de gran relevancia cultural, lingüística y geográfica.

Durante la jornada se abordaron temas de importancia creciente en Pomerania, incluyendo **energía nuclear y eólica marina, turismo, infraestructura vial y ferroviaria, desarrollo portuario y nuevas inversiones**. El encuentro facilitó la identificación de proyectos e iniciativas en marcha, así como el establecimiento de contactos directos con empresas, autoridades locales e instituciones para la generación de vínculos y la búsqueda de nuevas oportunidades de cooperación.

Consolidación de vínculos bilaterales y proyección internacional

Con esta participación, Guatemala continúa fortaleciendo su presencia en Pomerania y dando seguimiento a las relaciones con actores locales y empresariales. El acercamiento busca identificar áreas de interés mutuo que contribuyan a impulsar una **mayor relación económica, comercial e institucional** entre Guatemala y esta región polaca

liberalGT

somos guate

Ecosistema informativo regional

liberalgt.com

Liberal Gt

@GtLiberal

Pauta con nosotros

Hp@liberalgt.com



Agexport anuncia las empresas finalistas al Galardón Nacional a la Exportación 2026

La Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT) oficializó la nómina de las doce empresas finalistas que competirán por el **Galardón Nacional a la Exportación 2026**. En su 38.ª edición, organizada junto al Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones (CONAPEX) presidido por el Ministerio de Economía, el certamen reconocerá el esfuerzo de los productores e innovadores que generan empleo e impulsan la presencia de Guatemala en mercados internacionales. La gran noche de gala se llevará a cabo el próximo **29 de octubre de 2026, a las 17:00 horas, en el Centro de Convenciones del Hotel Westin Camino Real**.

Desempeño del comercio exterior y contexto económico

De acuerdo con cifras compartidas por **Amador Carballido**, director general de AGEXPORT, al cierre de agosto de 2026 Guatemala acumuló **US\$11,405 millones** en exportaciones de bienes, representando un incremento del **6.2%** en comparación con el mismo período de 2025 (con un crecimiento del 3% en el volumen exportado). Por su parte, el Sector Servicios registró un crecimiento del **2.3%**, influenciado por una contracción en el segmento de Contact Center & BPO.

Ante este escenario, Carballido resaltó que los resultados evidencian la capacidad del país para competir y adaptarse, haciendo hincapié en la importancia de reconocer a las organizaciones que logran crecer frente a barreras internas de competitividad y desafíos en el entorno global.



“Bajo la temática ‘Conectando exportaciones, trascendiendo fronteras’, esta edición pone el foco en las empresas que construyen relaciones comerciales de largo plazo y aportan valor a las cadenas internacionales de producción. La innovación y la capacidad de abrir mercados forman parte de las historias que el encuentro busca destacar”, comentó Darío Urdaneta, presidente del Comité Organizador del Galardón Nacional a la Exportación.

Las 12 empresas finalistas agrupadas por categoría

Para elegir a las cuatro empresas nominadas en cada una de las tres categorías participantes, se juntaron actores de distintos sectores.

1. Categoría Servicios y Contact Center & BPO

Digifact Servicios, S. A.: Empresa que desde 2013 lleva tecnología guatemalteca y soluciones de facturación en la nube a seis países de Latinoamérica, con planes de expansión hacia Perú y Ecuador.

Duo Dental Group, S. A.: Impulsa el turismo dental atrayendo a pacientes de Estados Unidos y Europa mediante diagnóstico digital y laboratorio propio, vinculando su labor comercial con un programa social de atención odontológica en Guatemala.

Sistemas Aplicativos, S. A. (SISAP): Con más de cuatro décadas de trayectoria, presta servicios de ciberseguridad e inteligencia artificial en 12 países desde tres centros SOC, además de formar talento técnico de manera gratuita a través del instituto IRSI.

Visualiza: Modelo de salud visual que opera en cinco países a través de cuatro hospitales, 21 centros de visión y un Centro de Simulación Quirúrgica enfocado en la formación médica y recuperación de la visión en la región.

2. Categoría Agrícola y Acuicultura y Pesca

Plantaciones Nahualate: Firma con 30 años de historia que exporta banano, mango, limón, yuca, semillas y alimentos procesados a Europa, Norteamérica y el Caribe.

El Gigante, S. A.: Ubicada en Chiquimula, produce cafés diferenciados con fermentación de precisión para Europa, Norteamérica y Medio Oriente.

Palo Blanco: Empresa con más de un siglo de operación que lleva banano, plátano, aguacate y productos procesados a 20 países en cuatro continentes.

Cacao Embassy, S. A.: Transforma cacao guatemalteco en chocolate fino y derivados trazables para mercados de Europa, Norteamérica y Asia.

3. Categoría Manufacturas y Vestuario y Textiles

Fogel de Centro América: Marca que desde 1981 exporta ingeniería de refrigeración comercial a 35 mercados; genera más de 1,700 empleos.

Quality Group, S. A.: Compañía con presencia en nueve países especializada en empaque e impresión; mediante Quality Pack produce más de 120 millones de bandejas compostables al año operando con más de 3,000 paneles solares.

Avícola Kikirikí: Lleva a Centroamérica genética avícola y bioseguridad, promoviendo la inclusión laboral de mujeres, la reforestación y el uso de energía solar.

Muebles Continental, S. A.: Con certificación ISO 9001 y presencia en seis mercados, evolucionó hacia proyectos integrales llave en mano, produciendo más de 577 mil piezas anuales con un equipo de 325 colaboradores.



Guatemala fue la sede de la Cumbre Latinoamericana de la WFA: ASCIENDE

Guatemala se convirtió en punto de encuentro para la industria del marketing latinoamericano con la realización de la Cumbre Latinoamericana de la Federación Mundial de Anunciantes (WFA): ASCIENDE. El evento reunió a representantes de más de 10 mercados y 8 asociaciones nacionales de América Latina para intercambiar conocimientos, compartir experiencias y analizar

las oportunidades que están transformando el panorama publicitario y comercial de la región.

La cumbre fue organizada por la Asociación de Anunciantes de Guatemala (AAG), con la participación de la WFA y la colaboración de las asociaciones de anunciantes de Costa Rica y El Salvador. Además, el evento también contó con la presencia de las asociaciones de Colombia, Chile, Paraguay, Argentina, Perú y Venezuela. Su realización marca un hito para la industria regional al llevar por primera vez este encuentro anual a Centroamérica.

Bajo el concepto ASCIENDE, la iniciativa propone elevar la conversación sobre el papel del marketing en las organizaciones: pasar de entenderlo únicamente como una inversión publicitaria a reconocerlo como una herramienta estratégica para impulsar el crecimiento, fortalecer las marcas y generar valor para los negocios. La reunión también reunió a líderes en el marketing de algunas de las marcas más emblemáticas del mundo y de la región, para abordar temas como la transformación del marketing, la eficiencia del marketing, la inteligencia artificial (IA) y el poder de la creatividad.

Entre los ponentes se encuentran:

- Daniel Silber, CMO de Bebidas para Centroamérica y el Caribe de PepsiCo, quien hablará sobre la efectividad del marketing;
- Michel Caputi y Fernando Silva Castillo, de ZIGI, quienes explicarán cómo hablar el idioma del CEO;
- Juan Pablo Dubini, CMO de CBC; Pamela Montenegro, Gerente de Marca de Alka-Seltzer en Bayer, y Ana Elisa Castero, Directora Regional de Marketing, quienes explorarán cómo sus respectivas marcas abordan la transformación del marketing y las oportunidades que ofrece la región.



El marketing como motor de crecimiento para las empresas: uno de los principales ejes de ASCIENDE fue la necesidad de vincular las estrategias de marketing con los objetivos del negocio. Durante las sesiones, los participantes analizaron cómo medir la efectividad de las campañas, demostrar el retorno de las inversiones y fortalecer la relación entre los equipos de marketing y la alta dirección.

La transformación de la industria también abrió espacio para discutir cómo las marcas pueden responder a los cambios en el comportamiento de los consumidores, aprovechar los datos para tomar decisiones y desarrollar estrategias capaces de generar resultados sostenibles en mercados cada vez más competitivos. La creatividad ocupó otro lugar relevante en la agenda, con reflexiones sobre el valor de las ideas, el conocimiento de las audiencias y la diferenciación como elementos fundamentales para construir marcas relevantes y competitivas.

Inteligencia artificial, confianza y responsabilidad: la inteligencia artificial fue uno de los temas centrales del encuentro. Los especialistas exploraron las oportunidades que ofrece esta tecnología para transformar las estrategias de marketing, mejorar los procesos y abrir nuevas posibilidades para el crecimiento de las marcas. Al mismo tiempo, se abordaron los desafíos relacionados con su regulación, el etiquetado y la mitigación de riesgos, destacando la importancia de incorporar estas herramientas con criterios de transparencia y responsabilidad. La agenda también incluyó conversaciones sobre la comunicación responsable de alimentos y bebidas, las declaraciones ambientales de las marcas y la construcción de un ecosistema de medios transparente y sostenible.

El liderazgo de Guatemala en la conversación regional: la realización de la Cumbre Latinoamericana de Anunciantes de la WFA: ASCIENDE presenta una oportunidad para proyectar a Guatemala como sede de encuentros internacionales vinculados con los negocios, la innovación y el desarrollo de la industria publicitaria.

“Nuestra red latinoamericana es una de las partes más dinámicas de la comunidad WFA y nos entusiasma haber llegado a Centroamérica por primera vez. Estamos viendo un aumento de la inversión en marketing en la región y una creatividad sobresaliente que está siendo reconocida en el escenario mundial. Esta reunión es una gran oportunidad para que las principales marcas de la región compartan aprendizajes y perspectivas, y ayuden a los profesionales de marketing a reducir el ensayo y error. Agradecemos a la Asociación de Anunciantes de Guatemala por ser anfitriona; realmente están ayudando a poner a Centroamérica en el mapa para los anunciantes globales”, afirmó Stephan Loerke, CEO de la WFA.



@gtLiberal

Contáctenos: hp@liberalgt.com



Liberal Gt

Teatro Miguel Ángel Asturias presenta su producción en colaboración internacional



La Gran Sala, Efraín Recinos, del Centro Cultural **Miguel Ángel Asturias** se convirtió en el escenario de la primera presentación de **Ana Karenina**, una producción de ballet neoclásico concebida y coreografiada por el maestro Antonio Luissi. La función inaugural, llevada a cabo la noche del miércoles 14 de octubre de 2026, contó con la participación en escena de bailarines procedentes de Guatemala, Rusia, Brasil, Colombia y México, consolidando un espacio de cooperación e intercambio técnico internacional.

Cooperación diplomática y primera producción propia del Teatro Nacional

El acto de apertura estuvo encabezado por el ministro de Cultura y Deportes, Luis Méndez Salinas, y contó con la presencia del embajador de Rusia en Guatemala, Sergey Reshchikov, así como de diversas autoridades e invitados especiales. Durante la actividad, el ministro Méndez Salinas resaltó la importancia de las expresiones artísticas como puentes de relación entre países y como plataformas para proyectar el talento formado en el país.

Esta puesta en escena adquiere un valor relevante dentro de la historia del recinto cultural, al constituir la **primera producción propia de danza** desarrollada íntegramente por el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. El montaje fue posible gracias al trabajo articulado entre artistas, equipos técnicos y personal administrativo de la institución. Asimismo, durante la velada se reconoció expresamente el apoyo de la Embajada de Rusia, cuya gestión facilitó la integración de dos bailarines de dicho país, permitiendo un intercambio directo de conocimientos y experiencias con el elenco nacional.

Inspiración en la literatura clásica y propuesta escénica

Basada en la célebre novela del escritor ruso León Tolstói, la obra traslada al público a la alta sociedad rusa del siglo XIX para relatar la historia de Ana Karenins. La narrativa expone la vida de una mujer casada y madre de un hijo cuyo destino da un giro trascendental al conocer al joven oficial Alexei Vronsky, con quien inicia un romance que desafía las convenciones y juicios sociales de la época.

A través del desarrollo de la trama, la protagonista enfrenta complejos dilemas entre el amor, los compromisos familiares y la presión social en su búsqueda de libertad y felicidad. Estos conflictos psicológicos y emocionales cobran vida en el escenario mediante un lenguaje corporal que combina la rigurosidad técnica del ballet clásico con la expresividad del ballet contemporáneo.

Fechas de la temporada y horarios de función

Luego del estreno oficial, la temporada de «Ana Karenina» continuará en cartelera para el público guatemalteco durante los días **15, 16, 21, 22 y 23 de octubre de 2026**, a las **19:00 horas**, en la Gran Sala **Efraín Recinos** del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.



Se presenta en el Congreso una iniciativa de ley para regular grasas trans en alimentos parcialmente hidrogenizados

Una iniciativa de ley orientada a regular los ácidos grasos trans y prohibir la utilización de aceites parcialmente hidrogenados fue presentada formalmente ante el Congreso de la República de Guatemala. La propuesta legislativa tiene como objetivo central proteger la salud pública y salvaguardar el bienestar de la población, con especial énfasis en la niñez, mediante la eliminación de estos componentes dañinos en los alimentos procesados.

Naturaleza de las grasas trans y evidencia médica de la OMS

Desde la perspectiva nutricional, las grasas trans no aportan valores alimenticios al organismo y su consumo recurrente incrementa de forma considerable la probabilidad de padecer enfermedades crónicas, cáncer y obesidad. De acuerdo con las estadísticas difundidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), la ingesta de grasas trans aumenta en un **34 % el riesgo de muerte por cualquier causa** y en un **28 % el riesgo de fallecimiento por enfermedades del corazón**. Ante esta evidencia, la fijación de límites legales estrictos busca reducir los índices de morbilidad y mortalidad en la población, atenuando la carga asistencial en el sistema nacional de salud.

Límites regulatorios, etiquetado obligatorio e iniciativa REPLACE

El proyecto de ley establece un parámetro técnico de **no más de 2 gramos de ácidos grasos trans por cada 100 gramos de grasa total** en los alimentos terminados. Asimismo, la normativa prohíbe explícitamente su producción, importación y uso comercial dentro del territorio nacional. Para garantizar el derecho a la información de los consumidores, la disposición mandata la inclusión clara y obligatoria del contenido del producto en su etiquetado.

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social destacó que la aprobación de esta normativa permitirá a Guatemala avanzar en

disposiciones enfocadas en el bienestar de las personas y de la niñez. Con este paso, el país se suma a más de 50 naciones a nivel global incluyendo países de las Américas como Canadá, Estados Unidos, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Panamá que han adoptado regulaciones alineadas con la iniciativa **REPLACE** de la OMS. Dicho marco internacional promueve seis medidas clave: **reexaminar, fomentar, legislar, evaluar, concienciar y hacer cumplir** las políticas sanitarias.





Industria de alimentos y bebidas se fortalece en Guatemala dejando una huella económica de Q207 mil millones

La Cámara de Industria de Guatemala (CIG) y la Gremial de Alimentos y Bebidas (GREMAB) realizaron la sexta edición del Foro de la Industria de Alimentos y Bebidas de Guatemala bajo el lema **"Motores de Prosperidad"**, la jornada se desarrolló de 8:00 a 16:00 horas y convocó a más de 500 participantes provenientes del sector público, sector privado, la academia, la sociedad civil, el cuerpo diplomático y medios de comunicación. El propósito central del encuentro se enfoca en examinar cómo la integración regional, la toma de decisiones basada en evidencia y el fortalecimiento del talento amplían la capacidad del sector para aportar al desarrollo nacional.

La agenda académica y técnica de esta edición se estructuró en tres módulos de análisis complementarios.

- **Prosperidad en Movimiento:** Módulo centrado en la integración económica regional, la adaptación de las cadenas de valor y la resiliencia industrial frente a desafíos climáticos, logísticos y geopolíticos.
- **Información, Percepción y Decisiones:** Espacio dedicado a la comunicación fundamentada en evidencia sobre nutrición y alimentación, el uso de análisis de datos para la toma de decisiones y el estudio de los hábitos de consumo en evolución.
- **Oportunidades en Evolución:** Eje enfocado en la transformación tecnológica, los modelos de producción emergentes y las nuevas exigencias del mercado laboral para el desarrollo profesional y económico.

Huella económica: Q207,240 millones y 500 mil empleos directos

Durante la actividad se expusieron los datos actualizados del *Estudio de Impacto y Huella Económica de la Industria de Alimentos y Bebidas en Guatemala*, elaborado por la firma CABI para GREMAB. De acuerdo con el informe, la huella económica total del sector asciende a **Q207,240 millones**, cifra que equivale al **23.6% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional**.

Asimismo, las métricas del estudio destacan el rol del sector en el mercado laboral y tributario del país:

- **Generación de empleo:** La actividad industrial representa el **quinto mayor generador de empleo** en Guatemala, impulsando cerca de **500,000 empleos directos**.
- **Aporte fiscal:** En 2024, el sector aportó **Q12,741 millones en recaudación fiscal**.
- **Encadenamientos productivos:** La industria se articula con más de **100 actividades económicas**, dinamizando sectores clave como la agricultura, el transporte, el empaque, la energía y los servicios profesionales.



Reconocimiento "Excelencia Que Transforma" para MIPYMES sostenibles

En el marco del foro se lleva a cabo la segunda edición del galardón **"Excelencia Que Transforma"**, iniciativa de la GREMAB y la CIG para visibilizar el compromiso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector con la sostenibilidad económica, social y ambiental. Este certamen cuenta con el acompañamiento técnico del Viceministerio de Desarrollo de la MIPYME del Ministerio de Economía (MINECO), el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN), Codex Alimentarius Guatemala y el Departamento de Ingeniería de Alimentos de la Universidad del Valle de Guatemala (UVG). El galardón distingue a proyectos guatemaltecos que fortalecen las economías locales y las cadenas de valor, impulsan la nutrición con base científica y adoptan prácticas de producción responsable con el entorno.



"La prosperidad se construye a partir de condiciones que permiten a las empresas producir, invertir, innovar y generar empleo de manera sostenida. En la industria de alimentos y bebidas, esto también implica mantener en movimiento cadenas de valor que conectan al sector agrícola, la producción, la distribución y el abastecimiento. Fortalecer esta contribución requiere comprender los cambios del entorno, tomar decisiones mejor fundamentadas y desarrollar las capacidades necesarias para anticipar riesgos, adaptarnos y responder a nuevas condiciones. Esa es la reflexión que queremos promover a través de este foro", expresó Pedro Cofiño, presidente de la Junta Directiva de GREMAB.