

Progreso
primer lugar
en ranking de
Mejores
Equipos de
Comunicación
de Merco
Empresas 2026



Nestlé
impulsa una caficultura
resiliente beneficiando a
más de 100 mil familias con
el Plan Nescafé

UNO y PRONTO
lanzan en Guatemala
la plataforma de
beneficios
"UNO Plus"



Progreso ocupa el primer lugar en el ranking de Mejores Equipos de Comunicación de Merco Empresas 2026

Progreso obtuvo el primer lugar en el ranking de mejores equipos de comunicación de MERCO Guatemala 2026, una distinción basada en la valoración de periodistas de información económica que reconoce el trabajo de las empresas en la gestión de su comunicación y su relación con los medios.

En esta edición, Progreso encabeza la clasificación, seguido por Castillo Hermanos, CMI, IRTRA y McDonald’s. Más allá de la posición alcanzada, el resultado pone sobre la mesa el valor de una labor que se construye en el día a día: atender consultas, compartir información oportuna, escuchar distintas perspectivas y mantener un diálogo profesional con quienes informan a la sociedad.



La confianza entre una empresa y los medios de comunicación no se construye a partir de una sola interacción.

Se fortalece con el tiempo, mediante la consistencia de los mensajes, la disposición para responder y la coherencia entre lo que una organización comunica y sus acciones. Por eso, el trabajo de un equipo de comunicación va más allá de transmitir información institucional; también implica facilitar la comprensión de los temas relevantes para la empresa y sus distintos públicos

“Recibimos este reconocimiento con gratitud y, sobre todo, con un renovado compromiso de seguir construyendo relaciones de confianza. Creemos en una comunicación abierta, transparente y de doble vía, en la que escuchar es tan importante como informar. Nuestra relación con los medios debe trascender la difusión de noticias para convertirse en un espacio de colaboración y generación de valor mutuo, que facilite su labor periodística y nos permita comprender mejor a nuestros públicos. Más que comunicar lo que hacemos, aspiramos a construir relaciones de largo plazo que contribuyan a una mejor comprensión de los temas que nos unen y nos aportan como sociedad”, expresó María Andrea Salvadó, gerente de Comunicación Corporativa de Progreso.



El primer lugar en MERCO Guatemala 2026 reconoce el trabajo del equipo y, a la vez, plantea el desafío de mantener una relación basada en el diálogo, la responsabilidad y el respeto por la labor periodística. Porque la reputación de una organización también se construye en la manera en que escucha, responde y se relaciona con quienes necesitan información sobre ella.

Acerca de Progreso

Progreso es una compañía líder en cemento, materiales y soluciones para la construcción, con unidades de negocio en los sectores de Construcción, Agro, Energía y Desarrollo Inmobiliario, con presencia en ocho países de América Latina.

Su marca insignia es Cementos Progreso, líder en la producción y comercialización de cemento y materiales de construcción con más de 125 años de experiencia.

Nestlé impulsa una caficultura resiliente beneficiando a más de 100 mil familias con el Plan Nescafé

En el marco del Mes Mundial del Café, Nestlé destaca los avances de Plan Nescafé 2030, su estrategia global para fortalecer la resiliencia y competitividad internacional del sector, mediante la promoción de prácticas agrícolas sostenibles, elevar la calidad del café y contribuir a un futuro más próspero para las personas, familias y comunidades que forman parte de su cadena de valor.

Desde Honduras, principal país productor y exportador de café en Centroamérica, Nestlé lidera la implementación de Plan Nescafé 2030 para la región. Como resultado de estos esfuerzos, Nestlé Centroamérica acompañó en 2025 a más de 100,000 familias cafetaleras, brindando formación en temas agrícolas, económicos y sociales a productores de 15 países.

Inclusión y relevo generacional

A través del Plan Nescafé 2030, Nestlé promueve la transición generacional y la inclusión en la caficultura mediante el programa Jóvenes Caficultores, el cual ha capacitado desde 2019 a más de 40,000 jóvenes centroamericanos incluyendo a 24,540 en Honduras, 4,639 en Nicaragua, 4,544 en Guatemala, 2,665 en El Salvador, 2,187 en Panamá y 1,425 en Costa Rica en temas de agricultura y técnica cafetalera.

Esta formación se complementa con el Aula Móvil, que imparte conocimientos prácticos en calidad, catación, barismo y buenas prácticas agrícolas directamente en las comunidades. Asimismo, la estrategia impulsa la inclusión de más de 23,000 mujeres con capacitaciones en tendencias globales y regulaciones, además del apoyo al emprendimiento rural con iniciativas como Mi Propio Negocio, mientras que apoya el bienestar familiar mediante proyectos como **"Espacios Seguros Cosecha Feliz"** en Honduras, beneficiando a más de 90 familias al brindar cuidado, educación y nutrición a sus hijos durante la temporada de cosecha.



Restaurando ecosistemas para el futuro del café

Como parte de su compromiso con una caficultura más resiliente, Nestlé trabaja junto a los productores para fortalecer los sistemas agroforestales, restaurar paisajes productivos y promover la biodiversidad.

Nestlé y su marca Nescafé reafirman su compromiso con una caficultura más resiliente y productiva, que contribuya al bienestar de las personas y las comunidades y a la conservación de los ecosistemas que hacen posible el futuro del café.

Detrás de cada taza de NESCAFÉ® hay mucho más que un extraordinario sabor: hay millones de personas que, con pasión y dedicación, hacen posible que el café llegue desde las fincas hasta nuestras mesas. Por eso, apoyar a los caficultores, fortalecer sus capacidades y crear oportunidades para las nuevas generaciones es apostar por el futuro del café y por una cadena de valor más resiliente y sostenible, que nos permita seguir disfrutando de una deliciosa taza de café durante muchos años más.

FECAICA reunirá a líderes empresariales e industriales en el Congreso Regional de la Industria 2026

La Federación de Cámaras y Asociaciones Industriales de Centroamérica y República Dominicana (FECAICA) realizará el próximo 29 de octubre de 2026, de 2:00 p. m. a 7:00 p. m., el Congreso Regional de la Industria FECAICA 2026, en el Hotel Sheraton Presidente, San Salvador, bajo el lema «Integración Regional y Liderazgo Empresarial».

El evento busca intercambiar experiencias, identificar oportunidades de inversión y fortalecer la integración económica regional, con el propósito de posicionar a Centroamérica y República Dominicana como una plataforma competitiva para el desarrollo y los negocios internacionales.

La agenda se desarrollará en torno a cuatro ejes: potencial, estrategia, ejecución e inspiración, orientados a transformar las ventajas de la región en acciones concretas que impulsen la competitividad, el crecimiento empresarial y la atracción de inversiones.

Entre los conferencistas destacan Rodrigo Borges, gerente general de PepsiCo Alimentos para Centroamérica; José Raúl González Merlo, presidente ejecutivo de Grupo Progreso; y Ligia Bonetti, presidenta ejecutiva de Grupo SID, República Dominicana.

Asimismo, se desarrollará un panel con la participación de presidentes y representantes de las cámaras y asociaciones industriales miembros de FECAICA, quienes compartirán sus perspectivas sobre los desafíos y oportunidades del sector, promoviendo el intercambio de experiencias y la construcción de una visión común para el desarrollo industrial de la región.



Con este Congreso, FECAICA reafirma su compromiso de fortalecer la articulación del sector industrial, promover una agenda regional de integración y competitividad, y generar nuevas oportunidades de cooperación, inversión y crecimiento para las empresas de Centroamérica y República Dominicana.

El próximo 29 de octubre, San Salvador será sede del primer Congreso Regional de la Industria FECAICA, un encuentro clave para el futuro de nuestra región. Hoy, el mundo compite a través de cadenas de valor, y Centroamérica tiene la oportunidad de consolidar una plataforma regional que impulse su crecimiento y competitividad. La industria continúa siendo un motor fundamental de inversión, generación de empleo y desarrollo económico para nuestros países.

Cómo perder el miedo a las Tarjetas de Crédito y convertirlas en un aliado financiero

Las tarjetas de crédito pueden ser una herramienta de conveniencia y seguridad o una fuente de deudas difíciles de manejar, ya que el impacto depende únicamente de cómo se utilicen; al administrarlas de forma responsable, facilitan las compras, brindan protección en los pagos y ofrecen recompensas como puntos o millas, siendo la clave comprender su funcionamiento para utilizarlas como aliadas financieras y no como una extensión de los ingresos.

Cómo usar una tarjeta de crédito de forma inteligente

Estos hábitos pueden ayudar a aprovechar los beneficios de una tarjeta de crédito, mientras se mantiene control de las finanzas:

1. Gastar únicamente lo que se puede pagar

El límite de crédito no es dinero extra, sino un monto máximo autorizado por el banco que requiere ser cubierto con los ingresos del mes; por ello, utilizar la tarjeta únicamente para gastos planificados permite mantener un presupuesto saludable y proteger los ingresos futuros.

2. Pagar el total del estado de cuenta

Para evitar el pago de intereses, es recomendable cancelar el monto total del estado de cuenta antes de la fecha límite; en caso de no poder cubrir el saldo completo, se debe abonar más del pago mínimo y establecer un plan para saldar la deuda rápidamente, ya que el pago mínimo solo previene la mora pero mantiene la generación de intereses.

3. Conocer las fechas importantes

Conocer las fechas de corte y de pago es clave para evitar atrasos y cargos adicionales: la fecha de corte marca el fin del período de facturación —a partir del cual ya se puede abonar— y la fecha de pago establece el límite para cancelar el saldo, por lo que tener ambas claras permite planificar mejor las compras.

4. Revisar los movimientos con frecuencia

Revisar periódicamente el estado de cuenta o la aplicación bancaria —aprovechando sus notificaciones en tiempo real— permite mantener un control estricto sobre los gastos, detectar transacciones no reconocidas a tiempo y ajustar el presupuesto antes de que los consumos se acumulen.



5. Aprovechar los beneficios de manera responsable

Muchas tarjetas de crédito ofrecen beneficios como programas de puntos, cashback, descuentos y facilidades de pago, por lo que se recomienda elegir una que se ajuste a las necesidades individuales.

6. Utilizar la tarjeta de crédito como medio de pago

Las tarjetas de crédito deben verse como una alternativa al efectivo y no como un medio de endeudamiento; por ello, si se cuenta con un presupuesto ordenado, es recomendable realizar todos los pagos con ella para aprovechar los planes de lealtad y centralizar el control de los consumos.

Una herramienta para construir un buen historial financiero

El uso responsable y planificado de la tarjeta de crédito fortalece la salud financiera, construye un buen historial para acceder a futuros préstamos o viviendas, y BAC ofrece un curso gratuito sobre el tema en su plataforma Finanzas Positivas.

UNO y PRONTO lanzan en Guatemala la plataforma de beneficios "UNO Plus"

Estaciones de Servicio UNO y Tiendas PRONTO anunciaron el lanzamiento de UNO Plus en Guatemala, una plataforma de beneficios que integra recompensas, promociones y dinámicas interactivas para reconocer la preferencia de sus clientes. La iniciativa forma parte de la estrategia de innovación y transformación digital de la compañía, con la que busca ampliar las opciones de beneficios vinculadas con las compras habituales de combustible y productos en sus tiendas de conveniencia.

A través de UNO Plus, los usuarios podrán acumular y canjear puntos por combustible en Estaciones de Servicio UNO y por productos en tiendas PRONTO participantes. Además, tendrán acceso a promociones, premios instantáneos y otras dinámicas diseñadas para ofrecer nuevas oportunidades de obtener beneficios por sus compras.

Una campaña de lanzamiento con premios para la temporada navideña

Como parte de la llegada de UNO Plus al país, UNO y PRONTO presentan la campaña “La primera estación hacia la Navidad”, que permitirá a 50 clientes ganar un año de combustible gratis. La promoción también contempla más de un millón de premios instantáneos en puntos UNO Plus, que podrán canjearse según las condiciones del programa.

Para participar en el sorteo, los clientes obtendrán dos oportunidades por cada Q200 de consumo en gasolina Súper y una oportunidad por cada Q200 de consumo en gasolina Regular, Diésel o ULSD. En el caso de las motocicletas, cada Q50 de consumo en gasolina Súper o Regular equivale a una oportunidad. Las compras de Q50 en productos participantes de tiendas PRONTO también otorgarán una oportunidad para participar.



UNO Plus amplía su presencia en Centroamérica

UNO Plus ya está disponible en Honduras y El Salvador, y con su lanzamiento en Guatemala continúa su expansión regional, que contempla la llegada a Nicaragua en 2027.

En Guatemala, los clientes pueden descargar gratuitamente la plataforma desde App Store, Google Play y Huawei AppGallery. Para comenzar a utilizarla, deben registrarse y presentar su código QR al realizar sus compras, de acuerdo con el funcionamiento del programa.

Con UNO Plus, UNO y PRONTO amplían las alternativas digitales para reconocer la preferencia de sus clientes y acercarlos a promociones y recompensas vinculadas con sus compras habituales.