

Exportadores guatemaltecos apuntan a nuevos mercados con miras a Manufexport 2027



COVA coloca la primera piedra de PASEA Las Brisas, nuevo centro comercial sostenible en Mixco

De tener la plata dormida a verla crecer todos los días: Nequi paga ganancias diarias



Exportadores guatemaltecos apuntan a nuevos mercados con miras a Manufexport 2027

Con exportaciones por US$8,315 millones en 2025 y más de 300 mil empleos directos, el sector de manufacturas busca ampliar su presencia en los mercados internacionales. Manufexport 2027 reunirá a empresas guatemaltecas con supermercados, farmacias y distribuidores del exterior, como parte de las acciones alineadas con la Estrategia 2035 de AGEXPORT para duplicar las exportaciones del país.



Ampliar la presencia de productos guatemaltecos en supermercados, farmacias y cadenas de distribución del exterior será el objetivo de Manufexport 2027, cuya preparación fue anunciada por el Sector de Manufacturas de la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT). La feria se realizará el 27 y 28 de octubre de 2027 en Santo Domingo del Cerro, Antigua Guatemala.

El anuncio parte de los resultados de 2025, cuando participaron 250 compradores internacionales y más de 150 empresas expositoras. Se realizaron más de 2,000 citas de negocios y el 60% de los compradores visitó Guatemala por primera vez. En conjunto, los compradores representaban más de 1.4 millones de puntos de venta, un alcance que muestra las posibilidades de distribución para las empresas participantes.

La búsqueda de nuevos clientes tiene peso para una industria que, de acuerdo con las cifras del Sector de Manufacturas de AGEXPORT, exportó US$8,315 millones en 2025, equivalentes al 53.33% de las exportaciones del país, y genera más de 300 mil empleos directos. Su oferta supera los 2,000 productos y llega a más de 90 mercados, con Centroamérica, Estados Unidos, México y el Caribe entre sus principales destinos.

“Cuando una empresa guatemalteca se sienta frente a un comprador internacional y cierra su primer pedido, no solo crece ella: crecen sus proveedores, sus colaboradores y sus comunidades. Ese es el efecto multiplicador que buscamos con cada edición”, afirmó Aída Fernández, directora de Crecimiento de las Exportaciones de AGEXPORT.

Estas acciones están alineadas con la Estrategia 2035 de AGEXPORT, que plantea duplicar las exportaciones de Guatemala. La vinculación con compradores internacionales y la preparación de más empresas para exportar forman parte del esfuerzo por ampliar las ventas del país.

Marca privada para ampliar mercados

Una de las novedades de esta edición será el impulso a la marca privada, un modelo en el que una empresa fabrica productos que las cadenas comercializan con su propia marca. Para los fabricantes guatemaltecos, representa la posibilidad de colocar volúmenes estables de producción en grandes cadenas y construir relaciones de largo plazo con los compradores.



Compradores y empresas preparadas

Para 2027, el comité organizador prevé reunir a expositores de seis países, con 150 stands y 250 compradores internacionales. La convocatoria busca ampliar las categorías de productos e incorporar a más empresas, especialmente pequeñas y medianas, con una oferta que responda a las necesidades de quienes toman las decisiones de compra.

La atracción de compradores incluirá, además, a Canadá, Sudamérica y Europa, con España e Italia entre los mercados de interés para los productos de góndola y la marca privada.

“Vivimos un tiempo en que los mercados cambian rápido, las reglas del comercio se reescriben y los compradores son cada vez más exigentes”, expresó Emmanuel Seidner, presidente del Comité Organizador de Manufexport 2027.

El mecanismo principal serán las reuniones de negocios programadas según el perfil de cada empresa. En ellas participarán supermercados, farmacias, tiendas de conveniencia, distribuidores e importadores interesados en categorías como alimentos y bebidas, cosméticos e higiene, limpieza y hogar, farmacéuticos y productos para mascotas, entre otras.

Competitividad para sostener las ventas

El esfuerzo por abrir mercados también requiere atender las barreras que enfrenta el sector exportador. La eficiencia de los puertos, el estado de la infraestructura vial, los costos de la energía y la facilitación de trámites siguen siendo factores que condicionan la capacidad de competir y cumplir con los compradores internacionales.

Para que una negociación se convierta en un pedido recurrente, las empresas necesitan producir a costos competitivos y entregar en los plazos acordados. Mejorar esas condiciones será determinante para sostener la presencia de los productos guatemaltecos en los mercados internacionales.

Diseñadores guatemaltecos se unen a TorTrix en una colección que celebra la identidad chapina

TorTrix presenta una colaboración inédita que une el sabor, la nostalgia y la creatividad guatemalteca a través de una colección de prendas y accesorios desarrollada junto a cuatro diseñadores nacionales: Kuul Kidd, Skary, Late Night Coffee Studio y Spaint. Inspirados en algunos de los sabores más representativos de la marca, los creativos dieron vida a 20 piezas de edición limitada que convierten elementos icónicos de TorTrix en expresiones de moda y diseño contemporáneo.

La iniciativa busca dar visibilidad al talento chapín y acercar a nuevos públicos al trabajo de diseñadores que están construyendo una identidad propia dentro de la escena creativa guatemalteca.

Una plataforma para el diseño hecho en Guatemala

Durante más de 6 décadas, TorTrix ha formado parte de la cultura popular guatemalteca y de la memoria colectiva de distintas generaciones. Con esta colaboración, la marca traslada esa conexión cultural al universo del diseño, invitando a 4 creativos con estilos y propuestas distintas a reinterpretar sabores y elementos que forman parte de la identidad de la marca.

Cada diseñador desarrolló una colección exclusiva inspirada en uno de los sabores de TorTrix:

Kuul Kidd creó piezas inspiradas en TorTrix Picante.

Skary desarrolló una colección basada en TorTrix Queso.

Late Night Coffee Studio reinterpretó TorTrix Limón a través de prendas y accesorios

Spaint diseñó una propuesta inspirada en TorTrix Barbacoa.



A través de esta colaboración, que tomó más de cuatro meses, los diseñadores tuvieron la libertad de incorporar sus propios códigos visuales, estéticas y procesos creativos, transformando los sabores de TorTrix en piezas coleccionables que conectan la moda, el arte y la cultura popular guatemalteca.

a colección forma parte de la campaña "Probalos por primera vez, ¡otra vez!", mediante la cual TorTrix trae de regreso sus empaques retro para conectar la nostalgia de quienes crecieron con la marca y despertar la curiosidad de nuevas generaciones.

Dónde y cuándo comprar la colección TorTrix en Guatemala

La colección de TorTrix con Kuul Kidd, Skary, Late Night Coffee Studio y Spaint está disponible del 12 de noviembre al 31 de diciembre de 2026, o hasta agotar existencias.

Las piezas de edición limitada pueden adquirirse en:

- Mayan Funk Shop
- La Popular: ubicada en Vía 4, 1-17, Zona 4 de Ciudad de Guatemala

De tener la plata dormida a verla crecer todos los días: Nequi paga ganancias diarias

Para muchos guatemaltecos, el reto del dinero no es la falta de ganas de ahorrar, sino el desorden del día a día: entre gastos fijos, imprevistos y alcancías improvisadas, el pisto suele diluirse o quedarse “dormido” sin generar beneficios. Frente a esta realidad, Nequi presenta su propuesta de valor: más que ser una app para enviar dinero les trae a los chapines herramientas para el control y organización de su pisto.

La plataforma demuestra que los guatemaltecos ya tienen una cultura de ahorro y planificación cuando cuentan con las herramientas correctas y sin complicaciones. Con los Sobres, para darle un propósito organizado y separado al dinero, y los Cochitos, para metas de mediano y largo plazo.

Entre los nombres más comunes que los chapines usan para nombrar sus Sobres están “La Luz”, “La Renta” y “El Súper”; mientras que con sus Cochitos sueñan con: “La Moto”, “Bono 14” y “La Casa”.

La cereza del pastel: el dinero que tienes en la cuenta de Nequi te genera ganancias todos los días.

Para cerrar el círculo de la evolución del ahorro, Nequi anunció que organizar el pisto ahora rinde frutos inmediatos: el dinero que los usuarios tienen en Nequi genera una tasa de 8% de interés anual, con ganancias que te caen todos los días.

A diferencia de los productos de ahorro que exigen plazos fijos, montos mínimos o que penalizan los retiros anticipados, en Nequi:

- Las ganancias caen todos los días: lo que generás hoy amanece reflejado en los movimientos en tu app cada mañana.

- Tu plata nunca se congela: la tenés disponible 24/7 para usarla o retirarla cuando querás, sin perder las ganancias acumuladas.

- Cero cobros ocultos: no necesitás saldo mínimo, no pagás por manejo de cuenta y retirás sin costo en más de 2,000 cajeros 5B y agentes bancarios alrededor de todo el país.



“Nuestro compromiso va más allá de una tasa: queremos transformar la conversación sobre el dinero en el país y derribar la idea de que, para que el dinero rinda, hay que dejarlo amarrado. Los guatemaltecos ya son pilas organizando su pisto para la luz, la casa o la moto; lo que hicimos en Nequi fue darles el control remoto de sus finanzas y poner esa plata a trabajar para que amanezca con más saldo cada día. En Nequi no necesitás tener saldos grandes para obtener ganancias diarias. Aquí podés acceder a los beneficios que antes han estado limitados y poco accesibles, por diferentes requisitos que piden los bancos tradicionales. afirmó Valeria Maldonado, Country Manager de Nequi Guatemala.

Seguridad y tranquilidad para los chapines Nequi cuenta con el respaldo de Bam.

Nequi refuerza su compromiso con la inclusión financiera real en Guatemala al combinar la agilidad del ecosistema digital con la solidez, liquidez y respaldo institucional de Bam. Así, cada quetzal organizado y multiplicado dentro de la app está respaldado por los estándares de seguridad y la regulación del sistema bancario nacional.

COVA coloca la primera piedra de PASEA Las Brisas, nuevo centro comercial sostenible en Mixco

COVA, desarrolladora guatemalteca con más de medio millón de metros cuadrados desarrollados y presencia en Centroamérica, colocó hoy la primera piedra de PASEA Las Brisas, su nuevo desarrollo comercial y de conveniencia en el municipio de Mixco. Con este acto, la empresa inicia PASEA, un concepto de plazas que integra conveniencia, espacios abiertos y naturaleza para mejorar la vida de las comunidades vecinas.

PASEA Las Brisas se encontrará en el kilómetro 16.5 de la carretera a San Juan Sacatepéquez, zona 6 de Mixco, sobre la ruta principal que conecta a Mixco con San Juan y Santiago Sacatepéquez. El proyecto contará con más de 13,000 m² de construcción, más de 6,000 m² de área rentable y más de 225 parqueos. Para COVA esto representa la generación de más de 375 empleos tanto directos como indirectos.

Sostenibilidad desde el diseño

Fiel a su compromiso de tener la energía limpia como norma y no como excepción, PASEA Las Brisas, como la mayoría de los proyectos de COVA, contará con la Certificación EDGE de eficiencia en diseño y construcción, que mide el uso eficiente de agua, energía y materiales. Además, funcionará con energía renovable, gracias a la instalación de paneles solares en su edificación.

Para COVA, la sostenibilidad forma parte de la base técnica de cada obra desde su diseño inicial, con el fin de operar de la forma menos invasiva posible y reducir su huella ambiental.



Con apertura proyectada para julio de 2027, PASEA Las Brisas integrará gastronomía, naturaleza y conveniencia en un espacio abierto que reunirá a marcas nacionales e internacionales como McDonald's, La Torre, Impulso, Tecno Fácil y Dollar City.

Concebido como un punto de encuentro al aire libre que combina gastronomía, naturaleza y conveniencia, PASEA Las Brisas abrirá sus puertas en julio de 2027. Su mezcla comercial estará integrada por marcas nacionales e internacionales entre ellas McDonald's, La Torre, Impulso, Tecno Fácil y Dollar City, diseñadas para resolver las necesidades diarias de los vecinos en un solo lugar.

Entre los inquilinos confirmados que el público podrá disfrutar se encuentran:

Gastronomía y Restaurantes: McDonald's, San Martín, Taco Bell, KFC y Little Caesars.

Supermercado y Conveniencia: La Torre y Dollarcity.

Tecnología y Estilo de Vida: Tecno Fácil e Impulso.

UPANA fortalece su Facultad de Ciencias de la Comunicación con dos licenciaturas, tres posgrados y una maestría

La Universidad Panamericana (UPANA) presentó la nueva oferta académica 2027 de su Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM), diseñada para responder a las demandas de la digitalización y la inteligencia artificial generativa. El lanzamiento incluye dos nuevas licenciaturas y una ruta articulada de tres posgrados especializados de un año que conducen a la Maestría en Industrias Creativas Aplicadas, con énfasis en gestión empresarial, ética e innovación.

Formación universitaria de vanguardia: Licenciaturas 2027
Dentro del nivel de pregrado, la institución incorpora dos carreras diseñadas sobre un enfoque práctico, transdisciplinario y alineado a las tendencias del entretenimiento y la estrategia organizacional:

Licenciatura en Animación y Diseño de Videojuegos
El programa dura cuatro años con salida técnica en el segundo y combina arte, animación 2D/3D, diseño de niveles y programación, abarcando desde la conceptualización hasta el lanzamiento comercial, la distribución digital y la propiedad intelectual.

Licenciatura en Comunicación Institucional e Imagen Pública
Con una duración de cinco años y egreso técnico al tercero, esta carrera abarca gestión estratégica, branding corporativo, relaciones públicas, manejo de crisis y análisis de audiencias para los sectores público y privado, integrando marketing digital, comunicación política, cabildeo, protocolo y legislación publicitaria.

Ambas licenciaturas contemplan como opciones de graduación el examen de competencias profesionales o la graduación por maestría, lo que permite articular el pregrado con los programas de posgrado de la facultad.

Ecosistema modular de posgrados y Maestría en Industrias Creativas Aplicadas
Para ingresar a la Maestría en Industrias Creativas Aplicadas, UPANA establece como requisito aprobar uno de tres posgrados especializados de un año, articulados bajo un eje común de ecosistemas creativos, propiedad intelectual, inteligencia artificial aplicada, ética profesional y un proyecto integrador:



Posgrado en Dirección de Arte e Innovación Editorial: especialización en criterios visuales, tipografía, producción editorial avanzada, dirección fotográfica y formatos digitales, incluidas publicaciones EPUB.

Posgrado en Comunicación y Creatividad Digital: orientado a UX/UI, motion graphics, narrativas transmedia y dirección creativa de campañas multiplataforma.

Posgrado en Negocio de la Música: enfocado en la cadena de valor musical, distribución digital, contratos de la industria, marketing y marca musical, finanzas y modelos de negocio y gestión de derechos de autor.

Al culminar cualquiera de los posgrados, los profesionales pueden acceder a la fase de maestría, de un año.

Inscripciones y admisiones abiertas
El proceso de admisión para estudiantes nacionales y extranjeros se encuentra abierto para el ciclo académico que dará inicio en enero de 2027. Entre los requisitos generales se encuentran documento de identificación, fotografía tipo credencial y documentos académicos del nivel previo; los estudiantes extranjeros deben presentarlos con los pases de ley. visitar www.upana.edu.gt y https://comunicacion.upana.edu.gt/programa/LADV