



## *Nestlé lanza MATERNA una nueva línea de suplementos prenatales en Guatemala*



## **Walmart Centroamérica lanza marca con propósito 'Para Vivir Mejor'**

## **Hogares Sostenibles Pequeños Cambios que Generan un Gran Impacto**



## Nestlé lanza **MATERNA**, una nueva línea de suplementos prenatales en Guatemala

Nestlé, líder global en nutrición y salud, anuncia el lanzamiento de MATERNA en Guatemala, una nueva línea de productos prenatales diseñados para apoyar a las mujeres a mantener un buen estado de salud previo a la concepción, así como también, durante su periodo de embarazo y maternidad. La gama incluye tres productos innovadores: MATERNA Opti-Absorb, MATERNA DHA y MATERNA G-Balance, que incluyen tecnología avanzada y que ofrecen nutrientes que han demostrado beneficios según estudios científicos de alto nivel.

MATERNA Opti-Absorb es un multivitamínico con una tecnología de liberación óptima que facilita la absorción de nutrientes claves y mejora su tolerancia. Ofrece nutrientes como hierro de alta biodisponibilidad, ácido fólico y calcio. Ideal para mujeres que se preparan para el embarazo o que se encuentran en las primeras etapas, cuando las náuseas pueden dificultar la absorción o aceptación de nutrientes.

MATERNA DHA proporciona el 100% del requerimiento diario de ácido graso DHA, un ácido graso crucial para el desarrollo visual y cerebral del bebé, y para prevenir partos prematuros. Su tecnología avanzada elimina el sabor residual a pescado.

MATERNA G-Balance combina myo-inositol y probióticos para apoyar el tratamiento del síndrome de ovario poliquístico y reducir los niveles de azúcar en sangre, previniendo la Diabetes Mellitus Gestacional. Este producto es ideal para mujeres desde temprana edad y durante el embarazo.

*"Nestlé está comprometido con la salud materno-infantil y con la reducción de las brechas nutricionales en la región. Con MATERNA, brindamos soluciones basadas en la ciencia para asegurar que las futuras mamás y sus bebés reciban el apoyo nutricional que necesitan desde la preconcepción hasta la lactancia", afirmó Wendy Arrieta, Gerente de Marketing para Suplementos de Nestlé Centroamérica.*



Este lanzamiento no solo marca un hito en la oferta de productos de Nestlé, sino que también subraya su compromiso continuo con la salud y el bienestar de las madres y sus hijos. "El lanzamiento de MATERNA en Guatemala refuerza nuestro compromiso de estar presentes durante los primeros 2,000 días de vida, un período crucial para el desarrollo y la salud futura del niño. Estamos dedicados a proporcionar soluciones nutricionales avanzadas que apoyen a las madres en esta etapa vital", finalizó Wendy Arrieta, Gerente de Marketing para Suplementos de Nestlé Centroamérica.

Con MATERNA, Nestlé busca establecerse como el referente en nutrición y salud para la mujer centroamericana, ofreciendo un portafolio robusto y completo que cubre todas las etapas de la maternidad. La introducción de estos productos en Guatemala es un paso significativo hacia la mejora de la salud materno-infantil en la región.

Para más información sobre MATERNA y otros productos de Nestlé, visitar el sitio web [www.momandme.nestle.com](http://www.momandme.nestle.com)

## Porsche y TECHO benefician a 70 jóvenes latinoamericanos con su programa de formación en mecánica automotriz

Porsche y TECHO han beneficiado a 70 jóvenes latinoamericanos de escasos recursos con capacitaciones en nociones básicas de mecánica automotriz durante 2024. La iniciativa, implementada en Paraguay, El Salvador, Perú y Guatemala, incluyó a 24 mujeres, impulsando la diversidad en el sector. Con duraciones de entre 70 y 200 horas, los entrenamientos brindados abarcan competencias técnicas y sociales, preparando a los participantes para el ámbito laboral actual. Este proyecto refleja el compromiso de Porsche con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social en América Latina.

- En 2024, 70 participantes de entre 15 y 35 años han recibido instrucción profesional en cuatro países de la región.
- 24 mujeres en total formaron parte de los talleres, en pro de la inclusión en el sector automotriz.
- Las graduaciones sucedieron en Paraguay, El Salvador, Perú y Guatemala

En cada país, los talleres tienen una duración diferente que oscila entre las 70 y 200 horas. Están dirigidos a jóvenes de 15 a 35 años, habitantes de zonas vulnerables que no suelen contar con acceso a educación profesional, instruyéndolos en mecánica automotriz y habilidades complementarias para la inserción laboral.

La iniciativa no solo proporciona conocimientos técnicos especializados, sino que también aborda aspectos cruciales para el desarrollo profesional integral. Esto es un reflejo del compromiso de Porsche con el desarrollo de talento local y la promoción de oportunidades en el sector automotriz.

*Elizabeth Solís, Head of Communications para Porsche Latin America, comentó: "El proyecto va más allá de la mecánica automotriz. Incluye módulos sobre habilidades sociales y laborales, emprendimiento, estándares de seguridad y calidad de servicio, preparando a los participantes para enfrentar los desafíos del ámbito laboral actual".*



Además, especialistas de TECHO imparten módulos sobre empleabilidad, liderazgo, autoestima, empatía, resolución de conflictos, trabajo en equipo, oportunidades laborales y marketing personal, competencias que pueden incrementar la competitividad de los participantes en el mercado laboral.

## Walmart Centroamérica lanza marca con propósito 'Para Vivir Mejor'



**“Nos llena de orgullo esta nueva etapa. Estamos convencidos de que este propósito renovado nos permitirá seguir siendo un referente en la región, trabajando siempre con la misión de mejorar la calidad de vida de todos los centroamericanos para que puedan vivir mejor”, expresó Luis Arturo Ramírez, Coordinador de Asuntos Corporativos de Walmart**

Walmart Centroamérica está comprometida a mejorar la calidad de vida de las familias centroamericanas, así como a reforzar su liderazgo como empresa aliada de las comunidades y el planeta.

Como parte de ese compromiso, la compañía lanzó su marca con propósito llamada “Para Vivir Mejor”, la cual está basada en cuatro pilares fundamentales: clientes, asociados, proveedores, y planeta y comunidad.

Cada asociado es fundamental para el éxito de la compañía. Actualmente, la empresa cuenta con 36,000 asociados en la región, quienes se desarrollan profesionalmente en un entorno con oportunidades, respetuoso y donde se valoran la diversidad, equidad e inclusión.

De cara al consumidor, Walmart realiza grandes esfuerzos para conocer las necesidades y los intereses de sus clientes y trabaja incansablemente para satisfacerlas a través de sus cuatro formatos y la plataforma omnicanal. Ofrece un catálogo con productos innovadores y eficientes con costos bajos siempre. Además, se brinda soluciones financieras como la recepción de remesas y pago de servicios.

Adicionalmente, impulsa el crecimiento y desarrollo de sus proveedores, especialmente de los pequeños y medianos proveedores agrícolas y de manufactura, a través de sus programas Tierra Fértil y Una Mano Para Crecer, a través de los cuales se les brinda asesoría, capacitación técnica y acompañamiento. Walmart cree firmemente en la importancia de fortalecer a los proveedores locales para el crecimiento social y económico de la región.

La preservación y restauración del planeta, así como el desarrollo de las comunidades, es otro factor fundamental de ser una marca con propósito. Walmart trabaja para regenerar la naturaleza para lo cual desarrolla múltiples proyectos como generación de energía renovable por medio de paneles solares, uso eficiente de energía y agua, estaciones de reciclaje en tiendas, eliminación de las bolsas plásticas de un solo uso, reducción del desperdicio de residuos y otras. Al mismo tiempo que aporta inversión directa, empleos, donaciones, voluntariado y otros beneficios a las comunidades centroamericanas.

El propósito de la marca “Para Vivir Mejor” es que todas las acciones de Walmart Centroamérica tengan un impacto positivo, directo y tangible en las familias y comunidades de la región.



## Hogares más Sostenibles: Pequeños Cambios que Generan un Gran Impacto

**En el primer “Mes Neto Positivo” BAC, junto a sus aliados estratégicos, impulsa prácticas de ahorro energético y tecnología eficiente en el hogar, enfatizando que los pequeños cambios pueden generar grandes beneficios para las familias y el medio ambiente.**



El hogar es el punto de partida para muchas acciones que pueden marcar una diferencia significativa en la lucha por un planeta más sostenible. A través de la adopción de prácticas responsables, como la eficiencia energética y el uso de tecnologías eco amigables, no solo se reduce el impacto ambiental, sino que también se logran ahorros importantes en las facturas del hogar. Desde la instalación de electrodomésticos eficientes hasta la optimización del uso del agua y la energía, cada pequeño cambio tiene el potencial de generar grandes beneficios tanto para las familias como para el futuro del planeta.

Lograr un hogar más sostenible no requiere de cambios drásticos o inversiones significativas. La sostenibilidad en casa comienza con pequeñas acciones que, sumadas, pueden tener un impacto significativo en el ahorro de energía y en la preservación de recursos naturales. A continuación, se comparten algunas prácticas simples y efectivas que se pueden implementar para hacer que el hogar sea más eficiente y responsable con el medio ambiente:

1. Ahorro energético a través de electrodomésticos eficientes: una de las maneras más efectivas de reducir el consumo energético en el hogar es actualizando los electrodomésticos. Los electrodomésticos con certificación ENERGY STAR pueden consumir hasta un 50% menos de energía que los modelos más antiguos.

2. Energía renovable al alcance del hogar: la adopción de fuentes de energía renovable en el hogar, como la instalación de paneles solares, es otra opción que está ganando terreno. Esta tecnología, cada vez más accesible, está ayudando a muchas familias a reducir su dependencia de las fuentes de energía no renovables.

3. Optimización del uso del agua: el ahorro de agua también es crucial en un hogar sostenible. Electrodomésticos como lavadoras y lavavajillas con tecnología WaterSense pueden reducir el uso de agua en un 20% o más, lo que no solo ayuda a proteger este recurso valioso, sino que también contribuye a una mayor eficiencia en el hogar.

4. Pequeñas acciones, grandes impactos: la sostenibilidad también puede lograrse con pequeños cambios en la rutina diaria. El uso de bombillas LED, que consumen hasta un 90% menos energía que las bombillas tradicionales, o la mejora del aislamiento de la vivienda para mantener una temperatura estable, pueden reducir el consumo energético en un 30%.



## La evolución del lavado de ropa con inteligencia artificial

La historia del lavado de ropa es un reflejo fascinante de la evolución tecnológica y de cómo nuestras tareas cotidianas han cambiado drásticamente a lo largo del tiempo. Desde el lavado de prendas contra piedras en los ríos hasta el uso de máquinas automáticas, el lavado ha recorrido un largo camino. Hoy, la llegada de la inteligencia artificial (IA) a los electrodomésticos de la mano con Mabe marca un nuevo hito en esta evolución, no solo facilitando la vida diaria, sino también contribuyendo a la sostenibilidad de la moda.

### La IA y el Cuidado Inteligente de las Prendas

En un mundo donde la moda rápida ha acelerado el ciclo de vida de la ropa, la IA ofrece una solución para maximizar la durabilidad de las prendas. Las lavadoras inteligentes ahora pueden ajustar automáticamente la cantidad de agua, la temperatura y el tiempo de lavado según el tipo de tejido y el nivel de suciedad. Una tecnología con un nivel de precisión, que no solo garantiza una limpieza óptima, sino que también protege las fibras textiles de un desgaste innecesario, prolongando la vida útil de la ropa.

La industria textil es una de las más contaminantes del mundo, con un impacto ambiental que supera al de todos los vuelos internacionales y el transporte marítimo combinados. La rápida rotación de moda y la baja utilización de las prendas han creado un sistema lineal y derrochador, donde la mayoría de las prendas producidas terminan en vertederos en menos de un año. Aquí es donde la IA desempeña un papel crucial: al optimizar cada ciclo de lavado, se minimiza el uso de recursos naturales como el agua y la energía, reduciendo así el impacto ambiental.

Mabe, empresa líder en ofrecer soluciones innovadoras a los hogares de Latinoamérica, ha lanzado recientemente un Centro de Lavado que integra estos avances tecnológicos atendiendo la demanda de los consumidores, aquellos que van al mismo ritmo de la tecnología y a su vez con un criterio de hogares sostenibles.

Al utilizar IA con las tecnologías Aqua Saver Green y Energy Saver Green, decide la cantidad de agua, tiempo y temperatura que maximiza la limpieza para el mejor cuidado de la ropa lo que permite un ahorro de agua de hasta 76% y un ahorro energético del 55%; además su ciclo de sanitizado elimina el 99% de las bacterias, lo que además aporta a la salud de todos los miembros del hogar.



La IA no solo mejora la eficiencia del lavado, sino que también es un pilar en la transición hacia un modelo de moda más sostenible y circular. Al prolongar la vida útil de las prendas, se reduce la necesidad de fabricar nuevas piezas con tanta frecuencia, lo que disminuye la presión sobre los recursos no renovables y reduce la generación de residuos textiles. Esto es especialmente relevante en un contexto donde más del 70% de las prendas terminan en vertederos o incineradas al final de su vida útil.

### La Evolución del Lavado: De lo análogo a lo inteligente

La transición del lavado de ropa, desde las técnicas rudimentarias hasta las soluciones tecnológicas avanzadas, es un testimonio del progreso continuo hacia la sostenibilidad. La IA representa la culminación de este viaje, al ofrecer una herramienta poderosa para cuidar mejor nuestras prendas y, al mismo tiempo, proteger el medio ambiente.

La integración de la inteligencia artificial en el lavado de ropa no es solo un avance tecnológico; es un paso necesario hacia una moda más sostenible.

## Lo que tienes que saber sobre la Fibra ÓPTICA

El mercado de la fibra óptica ha experimentado un crecimiento significativo en la región, y nuestro país no es la excepción. Esta proporciona una conectividad rápida y confiable, la cual es crucial para el desarrollo económico y social de las economías de los países.

Sin embargo, junto con este auge, también han surgido diversos mitos y conceptos erróneos sobre la fibra óptica, que podrían repercutir en las empresas que requieran este tipo de materiales dentro de sus operaciones y aumentar innecesariamente sus costos de operación.

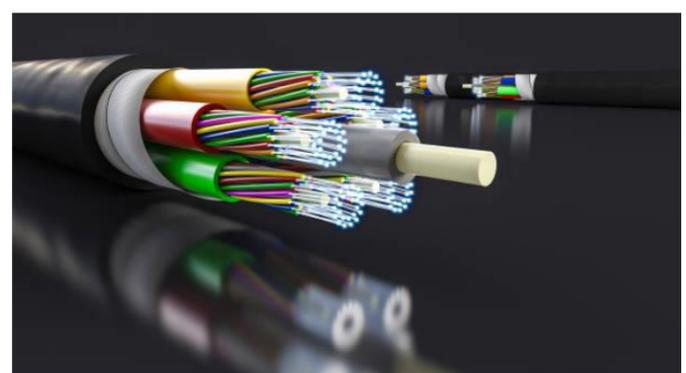
En el evento Conectividad Total Roadshow 2024 realizado por Panduit en Guatemala, el pasado 5 de septiembre se concluyó que las telecomunicaciones han pasado a ser el cuarto servicio fundamental, al igual que la electricidad, el agua y el gas; ya que se han convertido en omnipresentes y esenciales en hogares hasta centros de datos.

Por ejemplo, el aumento en la generación de datos y la demanda de mayores anchos de banda requieren el uso de fibras ópticas. Esta es comparable a un tubo que cada vez necesita transmitir más caudal. Al requerir mayor ancho de banda para la transmisión de datos, son más grandes sus necesidades.

El gran mito

Junto con el crecimiento del sector, también se generan diversos mitos que pueden impactar negativamente en la operativa de las empresas. Uno de ellos es que la Generación OM5, la más reciente generación de fibra óptica, es la mejor opción para todas las empresas en la actualidad; esto porque no necesariamente implica una mejora directa en la capacidad de transmisión y/o en la longitud de la transmisión.

No es necesario adquirir y utilizar un tipo de fibra óptica solo porque sea la más reciente, o porque sea una de las tendencias del mercado, sino que se debe analizar primero las necesidades reales de la empresa y, a partir de ellas, utilizar el producto que más se acopla y soluciona sus requerimientos.



**“Anteriormente, solo necesitábamos telecomunicaciones para computadoras y teléfonos. Hoy en día, sistemas como cámaras, puntos de acceso inalámbrico, sensores de humo y control de accesos, y muchos otros, también dependen de estas conexiones. Esta realidad exige que las infraestructuras se adapten a las nuevas demandas”, explicó Benjamín Granados, Territory Account Manager en Panduit para el Cono Norte de Centroamérica.**

El evento Conectividad Total Roadshow 2024 es un espacio organizado por Panduit, líder global en soluciones de infraestructura de red, dirigido a ejecutivos y tomadores de decisiones para una jornada de visión estratégica, innovación y networking de alto nivel, en El Caribe y Centroamérica. Además, forma parte de una estrategia de fortalecimiento y expansión de negocio en la región mediante presentaciones de tecnologías de vanguardia en conectividad.

Su primera edición se realizó en República Dominicana el pasado 1 de agosto, mientras que la segunda fue en Costa Rica el pasado 3 de septiembre. La gira continuó en Guatemala el 5 de septiembre, y finalizará próximamente en Puerto Rico.