



Bancopoly Celebra 45 Años como el Juego de Mesa Favorito de los Guatemaltecos



Gran Fondo Guate Paredón Edición Nairo Quintana 2024 Una Experiencia Única Del Ciclismo

**McDonald's abre
las puertas de su
primer
restaurante en
Baja Verapaz**



Bancopoly Celebra 45 Años como el Juego de Mesa Favorito de los Guatemaltecos



Bancopoly, el clásico juego de mesa que ha unido a familias guatemaltecas por décadas, celebra su 45º aniversario. Nacido de la visión de su creador, Marco Antonio Dorigoni González, en un momento de reconstrucción para el país, Bancopoly fue concebido poco después del terremoto de 1976. Inspirado en juegos como Gran Banco de Costa Rica y Monopoly de EE.UU., Dorigoni quiso crear un juego que representara la esencia de Guatemala: un juego chapín que incluyera departamentos, municipios, la moneda, el mapa y, por supuesto, elementos representativos del país, reflejados en ilustraciones que él mismo diseñó.

A lo largo de estos años, Bancopoly ha evolucionado con diversas versiones, manteniendo intacta su esencia. Andrés Dorigoni, Director General de Producciones Metta Internacional, comenta: "Bancopoly es más que un juego; es un reflejo de nuestro espíritu chapín. Es un recordatorio de nuestra resiliencia y de que, sin importar los retos, siempre encontramos la manera de superar cualquier dificultad".

Un Recorrido por la Historia y Evolución de Bancopoly

La primera edición de Bancopoly fue desarrollada por Marco Antonio Dorigoni González, quien, como director creativo, se encargó de investigar y plasmar los elementos más representativos de Guatemala. Las ilustraciones originales, en su mayoría de su autoría, incluyeron contribuciones de colaboradores como José María de Paz Hidalgo y René Schrei (QEPD), quien aportó en la creación de las piezas de madera del juego. Incluso una panadería colaboró en el proceso al aplicar el plástico termoencogible en la primera producción.

Desde esa primera edición en 1979, Bancopoly ha lanzado versiones que han dejado una huella en sus jugadores, entre ellas el Bancopoly Compacto, la versión para facilitar su uso en cualquier lugar a un precio más asequible, una edición conmemorativa del 20º aniversario, una edición especial para El Salvador en 2014, y la edición Bicentenario en 2021, que celebró la cultura y marcas guatemaltecas.

Hoy, en su 45º aniversario, Bancopoly lanza una edición especial que revive el diseño de la versión original e incluye detalles especiales, como un retrato del fundador en el billete de Q500. Esta edición estará disponible a partir del 2 de diciembre en puntos de venta, en línea y en activaciones en centros, comerciales, buscando continuar el legado de unión y entretenimiento familiar. *"Nuestro objetivo es que cada partida de Bancopoly sea una experiencia memorable que celebre lo mejor de Guatemala. Agradecemos a los guatemaltecos por hacer parte de esta celebración y por incluir en sus hogares un juego hecho por chapines para chapines," añade Dorigoni.*



Gran Fondo Guatemala Paredón Edición Nairo Quintana 2024: Una Experiencia Única Del Ciclismo

BAC, junto a un grupo de marcas patrocinadoras, se enorgullece de impulsar el "Gran Fondo Guatemala Paredón Edición Nairo Quintana y sus amigos", un evento que promete ser una experiencia inolvidable para ciclistas de todos los niveles. Los participantes recorrerán un desafiante trayecto de 172 kilómetros, liderados por las leyendas del ciclismo Nairo Quintana, Víctor Hugo Peña y Oscar Sevilla. El evento tendrá lugar el domingo 24 de noviembre, partiendo a las 5:00 AM desde el Parque Central de Mixco y culminará en el restaurante La Playa 14, en El Paredón, Escuintla.

Este emocionante encuentro ciclista contará con una Expo previa los días 22 y 23 de noviembre en el Centro Comercial Próceres, abierta al público de manera gratuita. Será un espacio donde los aficionados y visitantes podrán conocer de cerca las marcas patrocinadoras, así como disfrutar de actividades relacionadas con el ciclismo a la vez que conocer a los destacados participantes del mundo del ciclismo.



El "Gran Fondo Guatemala Paredón" destaca la participación de tres grandes íconos del ciclismo internacional. Nairo Quintana, reconocido como uno de los ciclistas más consolidados de Colombia y campeón de grandes vueltas como la Vuelta a España y el Giro de Italia, encabezará el recorrido. Junto a él estará Víctor Hugo Peña, quien se destacó como el primer latinoamericano en vestir el Maillot Amarillo del Tour de Francia y es actualmente un respetado comentarista de ciclismo. Oscar Sevilla, ciclista hispano-colombiano con una larga trayectoria como ganador de múltiples carreras y etapas, completa este trío de élite que acompañará a los participantes en cada kilómetro del recorrido.

"La participación de BAC en el Gran Fondo Guatemala Paredón responde a nuestro compromiso de fomentar iniciativas que impacten positivamente en las comunidades, promoviendo la movilidad sostenible como parte de nuestra estrategia Neto Positivo. Este evento representa una oportunidad para fortalecer el bienestar y la conexión de las personas a través del deporte, en un entorno de relevancia nacional que nos permite reimaginar el futuro de nuestras comunidades y generar un cambio positivo," destacó José Carlos Barrios, VP de Estrategia Comercial, Mercadeo y Sostenibilidad de BAC Guatemala.

El "Gran Fondo Guatemala Paredón Edición Nairo" no solo busca inspirar a ciclistas y aficionados, sino también posicionarse como un referente de cómo el deporte puede impulsar cambios positivos y contribuir a un futuro más sostenible. Con la participación de leyendas del ciclismo y el respaldo de marcas comprometidas, este evento promete dejar una huella perdurable, fomentando el deporte y demostrando el poder transformador de la movilidad sostenible.

Guatemala impulsa su oferta exportable en la feria de marcas privadas, PLMA 2024 en Chicago



Del 17 al 19 de noviembre, Guatemala destacó como país exportador al participar en la feria internacional de marcas privadas PLMA realizada en Chicago, Estados Unidos. El Pabellón de Guatemala, compuesto por ocho empresas líderes, exhibió una variada oferta de productos innovadores, consolidando su presencia en mercados internacionales.

“PLMA es uno de los eventos más importantes para la industria de marcas privadas, atrayendo a compradores, agentes comerciales, proveedores e importadores de todo el mundo. En esta edición, la feria reunió a más de 1,600 expositores y 5,500 visitantes, incluyendo supermercados, cadenas farmacéuticas, comercializadores masivos, cadenas especializadas e importadores”, comentó Ingrid Gaitán, Jefe de Market Promotion de AGEXPORT.

El Pabellón de Guatemala presentó la siguiente oferta exportable: cápsulas de café, granos, café de alta calidad, malvaviscos, gomitas, premezclas, productos para hornear, harinas de trigo y maíz, cosméticos elaborados con materias primas naturales, repelentes de insectos naturales, papel higiénico, detergentes líquidos y productos especializados para la desinfección hospitalaria.

Esto fue la puerta de entrada para que las empresas participantes como CMI Molinos Modernos, Guandy, Bru Caps, CSA Granos y Almacenes, Génesis Partnership Company, AMSA BRANDS, ICK y EXTRACT, S.A. tuvieran la oportunidad de establecer reuniones individuales con retailers de Estados Unidos, un mercado clave para el país.

Una de las características del Pabellón de Guatemala que sorprendió a los visitantes fue la capacidad del país para responder a tendencias internacionales como la calidad y diferenciación, el enfoque en salud y bienestar, las iniciativas sostenibles y la integración tecnológica.

“La participación en PLMA permitió a Guatemala posicionarse como un aliado estratégico para los actores clave del comercio global. Los encuentros realizados en la feria abrieron puertas para futuras negociaciones, fortaleciendo el papel del país como un proveedor competitivo y confiable en sectores como alimentos y bebidas, cuidado del hogar, higiene personal, confitería y cosméticos”, agregó Gaitán.

De acuerdo con Gaitán, la participación del Pabellón de Guatemala fue posible gracias al trabajo realizado entre AmCham, MINECO y AGEXPORT.



Los baby boomers y la transformación del mercado laboral: ManpowerGroup explora soluciones para enfrentar la escasez de talento

El retiro de los Baby Boomers está marcando un antes y un después en el mercado laboral. Con 11,000 personas alcanzando la edad de jubilación diariamente en 2024, los empleadores enfrentan el desafío de adaptar sus estrategias para preservar el conocimiento institucional y garantizar la continuidad de sus operaciones.

ManpowerGroup, líder global en soluciones de capital humano, presenta su visión sobre cómo las empresas pueden enfrentar esta transición demográfica mediante estrategias inclusivas y efectivas que aprovechen el potencial de los trabajadores maduros.

“El envejecimiento de la fuerza laboral no debe verse como una amenaza, sino como una oportunidad para reinventar nuestras organizaciones. Los trabajadores mayores aportan experiencia, estabilidad y compromiso, y, al integrarlos estratégicamente, podemos crear entornos laborales intergeneracionales que beneficien a todos”, afirmó Yolanda Barrios, Gerente País de ManpowerGroup.

plan para retener y atraer talento maduro

Entre las recomendaciones destacadas por ManpowerGroup se encuentran:

- Contratar trabajadores maduros: Estudios muestran que los empleados mayores de 50 años tienen una tasa de rotación significativamente menor que sus contrapartes más jóvenes, lo que reduce los costos asociados al reclutamiento y capacitación.
- Flexibilizar las modalidades de trabajo: Opciones como horarios adaptados, programas de jubilación gradual o roles por contrato pueden extender la permanencia de estos profesionales en las empresas.
- Fomentar la transferencia de conocimientos: Iniciativas como programas de mentoría intergeneracional y planes de sucesión estructurados garantizan que la experiencia acumulada no se pierda con las jubilaciones.



“En ManpowerGroup sabemos que los baby boomers tienen un deseo intrínseco de contribuir, y nuestras investigaciones muestran que el 90% de ellos busca empleos significativos. Ofrecerles estas oportunidades no solo beneficia a las empresas, sino que también fortalece a las comunidades y economías en las que operamos”, agregó Barrios.

Preparándonos para el futuro del trabajo

Además de aprovechar el talento senior, ManpowerGroup enfatiza la importancia de integrar generaciones, fomentando un ecosistema de aprendizaje mutuo. Los Millennials y Gen Z, con sus habilidades digitales y frescura, complementan perfectamente la sabiduría y estabilidad de los Baby Boomers, creando un balance único para las organizaciones.

“Nos encontramos en una nueva era, la de la adaptabilidad. Las empresas que evolucionen con las tendencias demográficas no solo sobrevivirán, sino que prosperarán. Este es el momento de actuar con determinación y enfoque estratégico”, concluyó Yolanda Barrios, Gerente País de ManpowerGroup.

McDonald's abre las puertas de su primer restaurante en Baja Verapaz



McDonald's inaugura su primer restaurante en el departamento de Baja Verapaz, ubicado en el Km 147.5 Ruta Nacional RN-17, Barrio Hacienda La Virgen, en el municipio de Salamá, el cual representa el restaurante número 114 a nivel nacional.

La apertura de McDonald's Salamá responde al compromiso de la marca por acercarse cada vez más a sus clientes y de continuar aportando al desarrollo del país a través de la generación de empleo, por lo que, por medio de esta apertura, se están brindando 48 nuevos puestos de trabajo que se suman al equipo de 5,500 colaboradores en Guatemala.

"Estamos emocionados de inaugurar nuestro primer restaurante en Baja Verapaz, lo cual nos permite acercarnos cada vez más a nuestros clientes. Este nuevo McDonald's representa una gran oportunidad para contribuir al desarrollo de la comunidad, no solo a través de la generación de empleo, sino también ofreciendo un espacio único donde las familias pueden disfrutar de una experiencia inolvidable", comentó Juan Manuel Rodríguez, gerente de Mercadeo de McDonald's Guatemala.

El restaurante cuenta con una variedad de innovaciones incluyendo menú digital en el mostrador, kioscos digitales, Automac con doble carril para una experiencia más rápida y eficiente, McDonalândia con juegos interactivos para los más pequeños, así como McCafé con el mejor café y los postres más exquisitos.

los visitantes del restaurante pueden disfrutar de un ambiente natural con vegetación, un mural iluminado en el carril de Automac llamado "Sendero del Quetzal"; y una plaza central decorada con detalles especiales como los arcos dorados, casas para aves y banca de Ronald McDonald.

En línea con el compromiso de McDonald's con la sostenibilidad y de acuerdo con su pilar de marca "Medio Ambiente", este restaurante posee iluminación LED, chorros ahorradores de agua, aires acondicionados de alta eficiencia, planta de tratamiento de agua y un sistema de captación de agua lluvia.

Como parte del pilar "Conexión con la Comunidad", la marca apoyó a la localidad, realizando la entrega de un donativo en especie de **Q20,000.00 a la 59 Compañía de Bomberos Voluntarios de Salamá**, reafirmando el compromiso de devolverle a la comunidad algo de lo mucho que le ha dado.

El horario de atención de McDonald's Salamá será de lunes a domingo de 6:00 a.m. a 10:00 p.m. Y el servicio a domicilio McDelivery está a disposición llamando al 1770 o por medio de la APP de McDonald's



Lanzan campaña "Fumar es más caro de lo que imaginas"

Varios comercios de la Ciudad de Guatemala amanecieron este viernes sin listas de precios de cigarrillos. En su lugar, ahora se ve un cartel amarillo que, en letras grandes, dice: "Fumar es más caro de lo que imaginas... ¡cambia!".

Se trata de una campaña de 'Guate Sin Humo', una plataforma de la afiliada de Philip Morris International (PMI) en Guatemala, Tabacalera Centroamericana S.A. (TACASA), que busca informar a los fumadores adultos de que lo mejor que pueden hacer es dejar el cigarrillo por completo, pero quienes de otra forma no dejarían de fumar deben saber que existen alternativas sin humo ni combustión.

La empresa ha llegado a distintos extremos para persuadir a los adultos que siguen fumando de dejarlo o, en su defecto, optar por alternativas sin humo y de menor exposición al riesgo que los cigarrillos.

En mayo de 2023, por ejemplo, la compañía dejó de vender cigarrillos por un día en los principales comercios de Ciudad de Guatemala. Aquella actividad se realizó como parte de 'Guate sin humo', que este año regresa con el mensaje de que fumar es más caro de lo que los adultos fumadores imaginan.

"Lo mejor que puede hacer cualquier persona es no empezar a fumar nunca, pero en el mundo hay en torno a mil millones de personas que siguen fumando, y esas personas deberían dejarlo de inmediato. Si no lo hacen, deben al menos cambiar a mejores alternativas", explicó Ayleen Rodríguez, Gerente de Asuntos Externos de PMI en Guatemala.

"Fumar afecta especialmente la salud, pero también a nivel social y laboral. Tiene una serie de consecuencias que afectan a los fumadores en cada área de sus vidas, y de forma negativa. ¡Es carísimo!", añadió Rodríguez.

#GUATE SIN HUMO

Hola

Si estás leyendo esto es porque compraste cigarrillos y quiero que sepas algo importante:

Fumar es más caro de lo que imaginas.

El humo y el olor te pasan factura, afectando tu salud.

Pero hay buenas noticias:

Hay alternativas al cigarrillo si no quieres dejarlo, aunque es lo mejor.

Puedes consumir tabaco o nicotina sin exponerte a tantos riesgos.

El humo, la ceniza y el mal olor no tienen que ser parte de tu vida.

Yo también pagué un alto precio por fumar, pero ahora vivo una vida libre de humo.

Explora las alternativas disponibles y dales una oportunidad, pero recuerda que lo mejor para un fumador y su salud es dejar el consumo de tabaco o nicotina por completo.

Atentamente,
Un ex-fumador.