

A portrait of Fernando Montenegro, Vicepresidente de Alimentos of Castillo Hermanos, sitting in a modern orange chair. He is wearing a dark blue pinstripe suit jacket over a white shirt. His hands are clasped in his lap. The background is a blurred office interior with large windows and modern decor.

INDUSTRIA DE ALIMENTOS & BEBIDAS

FERNANDO MONTENEGRO, VICEPRESIDENTE DE ALIMENTOS,
CASTILLO HERMANOS: "ESTA ES UNA INDUSTRIA FUERTE Y NOBLE"



CASTILLO HERMANOS

**¡MÁS DE UN SIGLO
DE COMPARTIR Y CELEBRAR
TODOS LOS MOMENTOS
DE TU VIDA!**



Síguenos en:



IRTRA

TODO UN AÑO PARA DISFRUTAR



LA TIERRA DEL SÍ SE PUEDE

CONTENIDO


8

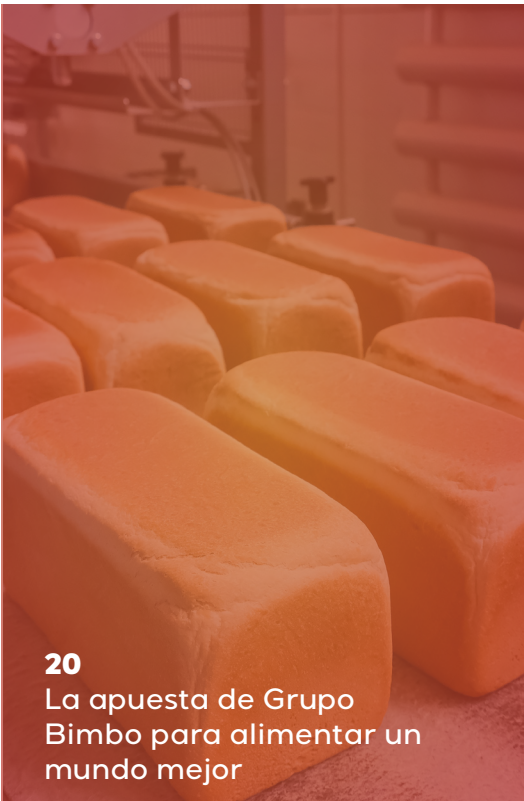
Fernando Montenegro,
Vicepresidente de Alimentos,
Castillo Hermanos: “Esta es
una industria fuerte y noble”

14

Por qué la agroindustria
debe adaptarse a nivel
“Glocal”: El Caso de PepsiCo
en Centroamérica


28

Planta de Innovación
Alimentaria y Nutricional de
la UVG


20

La apuesta de Grupo
Bimbo para alimentar un
mundo mejor

32

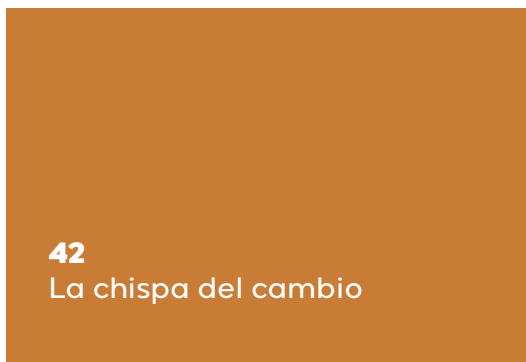
El desperdicio de alimentos,
una oportunidad para
transformar la industria


35

Comercio ilícito de alimentos y
bebidas: un desafío estratégico
para la salud pública y la
gobernanza económica

**37**

Nuevas demandas, nuevas respuestas: reinventando la industria de alimentos y bebidas desde el consumidor

**42**

La chispa del cambio

**43**

Alimentación e Innovación: un camino compartido a lo largo del tiempo

JUNTA DIRECTIVA CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMALA

Presidente: Ing. Raúl Bouscayrol Ascoli | Vicepresidente: Ing. Enrique Font |
 Secretario: Licda. Stephanie Melville | Tesorero: Lic. Juan Bautista Bosch Molina
 Directores: Licda. Carmen María Torrebiarte, Ing. Andrés Schellenberg, Ing. Alfredo
 Pivaral Castillo, Lic. Andrés Rivera Nájera, Lic. Rudolf Walter Jacobs Ast, Ing. José
 Alfredo González Solé, Lic. Oscar Emilio Castillo Fischer y Lic. Ricardo Eli Gharzouzi
 Bassila | Director Legal: Lic. Juan José Porras | presidencia@industriaguatemala.com | Dirección:
 Ruta 6, 9-21 zona 4 | PBX: +(502) 2380-9000



EDITORIAL

INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD, MOTORES DE TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GUATEMALA



Raúl Bouscayrol

Presidente Cámara de Industria de Guatemala

La industria de alimentos y bebidas es un contribuyente clave a la economía nacional, y ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Solo en 2023, el sector agregó más de USD 5,700 millones al PIB, lo que representa el 47.7% de toda la actividad manufacturera y un peso promedio de 7% del PIB total. Las exportaciones alcanzaron los USD 2,470 millones, llegando a más de 74 países, incluidos los mercados de Estados Unidos, Asia y Europa, generando más de 120,000 empleos.

Uno de los motores principales de este crecimiento ha sido la apuesta por la innovación. Las empresas del

sector están incorporando tecnologías avanzadas en sus procesos productivos, mejorando la eficiencia y la calidad de sus productos. Esto está revolucionando la forma en la que se producen y distribuyen los alimentos en Guatemala. Además, la diversificación de la oferta ha permitido atender nichos de mercado emergentes, como el de alimentos saludables y de bienestar, que según Research and Markets, creció de USD 517 millones en 2023 a USD 554 millones en 2024.

La sostenibilidad también se ha convertido en un eje central para la industria. Empresas guatemaltecas están implementando prácticas responsables que buscan minimizar el impacto ambiental y promover el desarrollo social. Iniciativas en materia de economía circular, reducción de desechos, salud y bienestar, entre otros, reflejan el compromiso de la industria con su entorno. Este compromiso no solo responde a una conducta empresarial ética, sino que abre puertas en mercados internacionales que valoran y exigen productos elaborados bajo

estándares rigurosos en términos ambientales y sociales.

Sin embargo, el camino hacia una industria plenamente innovadora y sostenible presenta desafíos. Es esencial continuar impulsando la inversión en investigación y desarrollo, fomentar alianzas estratégicas y captar al mejor talento humano para mantener la competitividad en el mercado global. Asimismo, es fundamental que las políticas públicas respalden estas iniciativas, creando un entorno propicio para el crecimiento sostenible.

La industria de alimentos y bebidas se encuentra en un momento crucial, donde la innovación y la sostenibilidad están redefiniendo el sector. Esta edición de la revista Industria & Negocios ofrece una perspectiva esencial sobre este tema. Como sector empresarial, estamos genuinamente comprometidos a fortalecer su posición en el mercado e impulsar su contribución al bienestar económico, social y ambiental de Guatemala.



ABRIL 2025 | EDICIÓN 323

Presidente Cámara de Industria de Guatemala: Raúl Bouscayrol | **Editor:** Esteban Castillo

| **Diseño y diagramación:** Kerly López | **Fotografía de portada:** Cristian Tzic | **Ventas:**

Claudia Ibarra | cibarra@industriaguatemala.com | Tel. 4219-2601

El contenido de Industria&Negocios no necesariamente representa la opinión de Cámara de Industria de Guatemala; algunos artículos son responsabilidad de sus autores. Para la Revista Industria&Negocios es importante conocer sus opiniones, sugerencias o críticas, que nos permitan hacer de esta publicación una herramienta útil para nuestros lectores y todas aquellas personas que a diario deben tomar decisiones en sus empresas. Escribanos a: revistacig@industriaguatemala.com

FERNANDO MONTENEGRO:

“ALIMENTOS Y BEBIDAS ES UNA INDUSTRIA FUERTE Y NOBLE”

Por: Esteban Castillo | Coordinador de Contenido Editorial Cámara de Industria de Guatemala

La industria de alimentos y bebidas no solo alimenta al país, también impulsa cadenas de valor, empleo formal, transformación tecnológica e innovación. Con una trayectoria de 139 años, Castillo Hermanos, una de las corporaciones más influyentes de Guatemala y la región, ha consolidado su posición como un actor clave en este sector. A través de su división de alimentos -VPA-, la empresa ha demostrado un compromiso con la nutrición, la innovación y la sostenibilidad, enfrentando los desafíos del mercado con estrategias que buscan la competitividad y el bienestar de sus consumidores.

En una reciente conversación con Fernando Montenegro, vicepresidente de VPA, se exploraron estos temas, ofreciendo una visión clara sobre el impacto de la industria y el rol que Castillo Hermanos desempeña en ella. Desde su perspectiva, Fernando destaca la relevancia estratégica de este sector. “Yo creo que la industria de alimentos y bebidas en Guatemala ha sido un motor importante en múltiples sentidos, no solo a nivel económico, sino a nivel de país”, explica. Para él, una industria fuerte en alimentos y bebidas reduce la dependencia externa en un ámbito tan esencial como la alimentación, manteniendo precios competitivos para los consumidores.

“Hemos sido de alguna u otra forma pioneros”, afirma Fernando, subrayando que la división de alimentos, creada hace 65 años, nació con el propósito de abordar una problemática estructural: la nutrición. “El origen de todo fue eso, cómo ayudamos a resolver el tema de nutrición en el país”.

Ese origen noble sigue siendo el núcleo de VPA. Fernando lo describe con orgullo: “Yo le digo al equipo que tengo el honor de liderar que, en mi opinión, esta es la división más noble de Castillo Hermanos, porque desde el inicio nació con el propósito de enfrentar un problema que, tristemente, hasta la fecha sigue acechando Guatemala”. A partir de esa misión inicial, la división ha expandido su oferta, adaptándose a las necesidades del mercado y consolidando categorías que hoy la posicionan como un referente regional.

DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS EN UN ENTORNO COMPLEJO

Sin embargo, el camino no está exento de desafíos. Fernando identifica dos grandes obstáculos que enfrenta la industria. El primero es estructural: la débil infraestructura del país que encarece y complica las cadenas de suministro.



“La industria de alimentos y bebidas en Guatemala ha sido un motor importante no solo a nivel económico, sino a nivel de país”.



“Es muy complejo, y eso hace que cada vez sea más difícil lograr mantener la competitividad”, señala. Para afrontarlo, VPA ha implementado medidas como aumentar inventarios en momentos críticos y buscar alternativas logísticas que equilibren los costos, asegurando que los productos sigan siendo accesibles y atractivos para el consumidor.

El segundo desafío es adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores. “El consumidor sigue pidiendo cosas que sean ricas, cosas que realmente satisfagan sus gustos y no necesariamente va siempre alineado con lo que es más saludable”. Para responder, la división invierte en investigación y desarrollo, utilizando herramientas como la inteligencia artificial y manteniendo un diálogo constante y cercano con el mercado. “Estamos buscando con nuestros equipos estar mucho en contacto con el consumidor, saber qué es lo que a ellos les gusta”, comenta.

SOSTENIBILIDAD COMO EJE TRANSVERSAL

La sostenibilidad, otro pilar transversal en esta industria, también marca el rumbo de Castillo Hermanos. La corporación ha diseñado una estrategia integral que abarca cinco ejes: ambiental, social interno, social externo, gobernanza y sostenibilidad del negocio. En el ámbito social interno, VPA dirige el programa ‘Fortificados’, una iniciativa que busca mejorar la nutrición de los hijos

de los colaboradores. “La idea es ayudar y guiar a los padres de familia a asegurar que los niños tengan sus necesidades nutricionales cubiertas”, detalla Fernando. Este esfuerzo incluye jornadas con nutricionistas que evalúan el desarrollo de los niños, especialmente en sus primeros mil días, y ofrecen seguimiento personalizado cuando se identifican problemas. “Cuando detectamos que algún hijo de nuestros colaboradores no tiene su nivel de nutrición correcto, le damos un seguimiento personalizado, inclusive a veces vamos a la casa de los colaboradores”, añade.

A nivel ambiental, la corporación avanza hacia una matriz energética más renovable, con un 60% de su consumo ya proveniente de fuentes sostenibles, mientras que otras divisiones, como la de empaques, lideran proyectos como la planta de reciclaje PET más grande de Centroamérica. Estas iniciativas reflejan un compromiso corporativo con objetivos ambiciosos, como lo describe Fernando: “Tenemos un plan bien analizado y con objetivos, de hecho, bastante agresivos”.

PROYECTOS QUE MARCAN LA DIFERENCIA

Entre los proyectos que más enorgullecen a VPA está, precisamente, ‘Fortificados’, pero también destaca el enfoque de innovación. “El cereal de Incaparina fue resultado de ese proyecto y fue la innovación del año para el Congreso Industrial de Cámara de Industria del año pasado”. Este proceso, que ha refinado los modelos de innovación de la división, ha permitido lanzar productos competitivos que fortalecen sus marcas, manteniendo relevancia en el mercado. “Creo que hemos logrado tener procesos y modelos de innovación interesantes que nos permiten sacar cada vez mejores productos a un precio competitivo”.



“El origen de todo fue eso, cómo ayudamos a resolver el tema de nutrición en el país”.

El liderazgo de Fernando, quien asumió la vicepresidencia de VPA en diciembre de 2020, gira en torno a dos ejes: construir un equipo de alto desempeño y reposicionar las marcas. “Hemos traído ejecutivos espectaculares y hemos logrado desarrollar también a gente que ya tenía un rato con nosotros”, explica. Además, reconoce que las marcas, a veces relegadas por los procesos industriales, son fundamentales. “Estamos asegurándonos de ponerles muchísimo enfoque”, afirma, resaltando su cercanía con el consumidor como un diferencial clave.

UNA VISIÓN DE LARGO PLAZO, UN LEGADO PARA EL FUTURO

Su trayectoria, que incluye más de 15 años en la industria, comenzó por una mezcla de pasión familiar y oportunidad profesional. “Mi papá trabajaba en Cervecería Centroamericana desde que yo nací. Y es un tema que yo creo que en la familia llevamos en la sangre y en el corazón”. Entró a Castillo Hermanos en 2002, atraído por la visión de otros liderazgos, y ha transitado por áreas como servicio al cliente, logística y operaciones en Panamá, donde estuvo durante 12 años, antes de liderar VPA.

Con esta experiencia, considera que la industria de alimentos “es muy noble porque siempre trata de cubrir de la mejor forma y al mejor precio posible las necesidades del consumidor, en términos tan importantes como su alimentación y nutrición”.

Mirando al futuro, Fernando aspira a dejar un legado de fuerza y relevancia. “Me gustaría dejar una división de alimentos muy robusta, con una posición muy fuerte en el mercado, con marcas que realmente le hablen al consumidor”, proyecta. Ese legado se alinea con el propósito corporativo de ‘compartir y celebrar cada momento en la vida de nuestros consumidores, generando bienestar y desarrollo sostenible en beneficio para las comunidades’.

Para los jóvenes que ven en esta industria una oportunidad, su consejo es: “Nunca nos podemos olvidar del consumidor, de estar cerca de él, de escucharlo, de entender qué es lo que necesita”. Es una industria exigente, pero llena de posibilidades para quienes trabajen incansablemente con energía y visión a largo plazo.

La trayectoria de Castillo Hermanos y su división VPA, guiada por una visión estratégica y un compromiso con la innovación y la sostenibilidad, consolida su posición como un pilar fundamental en la industria de alimentos y bebidas, no solo en Guatemala, sino en toda la región, dejando una huella indeleble en el bienestar y el desarrollo de las comunidades. Fernando Montenegro, con su liderazgo, se suma a las acciones de la corporación para alcanzar un propósito mayor, el de alimentar con pasión para un mundo mejor.



Fernando Montenegro

Vicepresidente de Alimentos, Castillo Hermanos



“Me gustaría dejar una división de alimentos muy robusta, con marcas que realmente le hablen al consumidor”.

LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GUATEMALA

Por: Esteban Castillo | Coordinador de Contenido Editorial en CIG

El gremio de alimentos y bebidas es uno de los más relevantes de la economía guatemalteca.

Durante los últimos años, el sector ha tenido una tasa de crecimiento de alrededor del 6% con más de

2,600

EMPRESAS QUE LO CONFORMAN



Responde a la necesidad humana de alimentación y genera más de

400 MIL

EMPLEOS DIRECTOS

El sector realiza un aporte directo al Producto Interno Bruto (PIB) de

US\$ 5 MIL 700

MILLONES ANUALES

REPRESENTA CERCA DE LA MITAD (47.7%) DE LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA EN GUATEMALA, ADEMÁS DE UN PESO PROMEDIO DEL 7% SOBRE EL PIB TOTAL DEL PAÍS.

Al considerar la interrelación con la actividad agrícola, el aporte total del sector asciende a más de

US\$ 20,000 MILLONES

equivalente al 16% del PIB

La huella económica del sector productor, que incluye las relaciones intersectoriales y los efectos indirectos, alcanza los US\$ 20,200 millones, lo que representa más del 23% del PIB nacional.



23 DE CADA 100 DÓLARES

de la economía guatemalteca están vinculados, directa o indirectamente, con el sector de alimentos y bebidas.

La industria de alimentos y bebidas junto con el sector agrícola, el comercio y los servicios de alojamiento y comidas, representan el

40%

del PIB en Guatemala.



EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2024, LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE GUATEMALA EXPORTÓ US\$ 1,057.7 MILLONES, LO QUE LO CONVIERTE EN EL PRINCIPAL SECTOR EXPORTADOR DEL PAÍS.

En 2024, los alimentos procesados aportaron el 71% de las calorías de la canasta básica alimenticia urbana y el 54%

DE LAS CALORÍAS DE LA CANASTA BÁSICA ALIMENTICIA RURAL.



ACTORES DIVERSOS, SOLUCIONES COMPARTIDAS: LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ANTE DESAFÍOS GLOBALES

Por: Juliana Cortez Danese | Directora de Asuntos Públicos Comunicación y Sostenibilidad de la Alianza Latinoamericana de Asociaciones de la Industria de Alimentos y Bebidas (ALAIAB).

Este año se desarrollan dos procesos internacionales clave de alto interés para distintos sectores, entre ellos la industria de alimentos y bebidas: la Reunión de Alto Nivel sobre Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT) y la segunda parte de la quinta sesión para la construcción de un Tratado Global orientado a poner fin a la contaminación por plásticos. Estos espacios reflejan la necesidad urgente de colaboración entre gobiernos, industria, academia y sociedad civil para abordar desafíos globales complejos como las enfermedades crónicas no transmisibles y la gestión de residuos plásticos.

La industria de alimentos y bebidas es un socio clave en la formulación e implementación de políticas públicas, aportando innovación, conocimiento científico y soluciones efectivas para mejorar el bienestar de la población. Las ECNT exigen un enfoque integral que contemple la educación nutricional, la diversificación de portafolios e innovación de productos y la promoción de estilos de vida saludables.

En este sentido, la industria ha trabajado activamente para contribuir a la reducción de los factores de riesgo de las ECNT, mediante la reformulación de productos, reduciendo sodio, azúcares y grasas saturadas; ampliando el acceso a alimentos y bebidas adaptados a condiciones particulares como alergias o intolerancias; y promoviendo opciones dietéticas equilibradas, entre otros aspectos.

Por otro lado, la contaminación por residuos plásticos es otro desafío crítico que requiere un enfoque coordinado. Los plásticos son esenciales para la conservación de alimentos y bebidas, y es por ello que la industria está continuamente innovando y trabajando para hacer un uso más sostenible del material, a través de eco-diseño y el uso de materiales reciclables y reutilizables.

Ambos desafíos requieren un enfoque colaborativo y soluciones multisectoriales, que solo pueden lograrse mediante una articulación efectiva entre todos los actores involucrados. La participación activa de gobiernos, empresas, organizaciones no gubernamentales, academia y sociedad civil es fundamental. Cada uno de estos actores aporta una perspectiva única que, en conjunto, puede generar soluciones efectivas para desafíos que son inherentemente multifactoriales y globales. La colaboración y articulación entre los distintos sectores resultan fundamentales para abordar de forma integral estos retos compartidos.



“La industria de alimentos y bebidas es un socio clave en la formulación e implementación de políticas públicas”.

TENDENCIAS QUE IMPULSARÁN EL CRECIMIENTO DEL SECTOR LÁCTEO

Por: Tetra Pak



El mercado lácteo está en constante transformación, impulsado por la innovación y las preferencias de los consumidores. La leche UHT se mantiene como una opción popular gracias a su larga vida útil, mientras que la leche refrigerada conserva una alta demanda en varios mercados.

Según el Informe sobre las tendencias de consumo de leche a temperatura ambiente de Tetra Pak, la leche representa el 12 % del consumo mundial de líquidos, con un crecimiento anual estimado del 2.5 % hasta 2024, proyectando un volumen total de 262,000 millones de litros. A nivel global, las tendencias muestran que la salud y el bienestar son factores determinantes en las decisiones de consumo de leche.

De acuerdo con un informe de Research and Markets (2024), se prevé que el mercado de lácteos funcionales crezca a una tasa compuesta anual del 8.2% entre 2023 y 2028. Entre las innovaciones más destacadas se incluyen:

- **Yogures enriquecidos con probióticos y prebióticos:** para mejorar la salud digestiva.
- **Leches con aditivos funcionales:** con ingredientes como Omega-3, colágeno y vitamina D para promover la salud ósea y cardiovascular.
- **Bebidas proteicas de suero:** para consumidores preocupados por su condición física.

También, la sostenibilidad se ha consolidado como un factor clave en el futuro de la industria láctea, impulsando una transformación hacia prácticas más responsables y amigables con el medioambiente. Al mismo tiempo, el avance tecnológico está optimizando el uso de recursos en toda la cadena de producción, desde la recolección hasta el envasado, haciendo de la eficiencia y la sostenibilidad pilares fundamentales para el desarrollo del sector.

SOLUCIONES INTEGRALES FORTALECEN LA INDUSTRIA LÁCTEA

Tetra Pak lidera la transformación del procesamiento de productos lácteos con una oferta de soluciones integrales que optimizan la calidad, seguridad y eficiencia en cada etapa de la producción. Entre sus soluciones destacan equipos y tecnologías avanzadas que garantizan mezclas uniformes, preservando el sabor, color y textura del producto, así como equipos de tratamiento térmico con intercambiadores de calor que aseguran un procesamiento inocuo, rentable y sostenible.

A esta oferta de soluciones, también se suman equipos para: dosificación, homogenización, filtración por membrana, pasteurización, entre otros. Con este portafolio de soluciones en la industria, Tetra Pak refuerza su compromiso con la innovación y el desarrollo de tecnologías que ayudan al sector, impulsando al mismo tiempo la eficiencia, sostenibilidad y excelencia en el procesamiento de lácteos.

Para más información sobre la producción de lácteos se puede acceder a:



POR QUÉ LA AGROINDUSTRIA DEBE ADAPTARSE A NIVEL “GLOCAL”: EL CASO DE PEPSICO EN CENTROAMÉRICA

Por: Daniel Salazar | Gerente General de PepsiCo Alimentos para Centroamérica

Sabemos que muchas personas asocian a PepsiCo con la icónica marca Pepsi, lo cual es un emblema inconfundible de nuestra identidad global; y si nos adentramos más, descubrirán una empresa agroindustrial reflejada en nuestro portafolio de Frito Lay, Gamesa y Quaker, así como un amplio portafolio de bebidas como Gatorade. Manejar esta cantidad de marcas icónicas a nivel global representa un enorme reto, pero también la oportunidad de adaptarse a nivel local.

Cada vez que me preguntan qué hay detrás del éxito de PepsiCo, que opera en 200 países y territorios, siempre menciono que la vinculación a los mercados locales es clave para el éxito de cualquier compañía. Para nosotros mantener un fuerte sentido local agrega un valor único. En la región de Centroamérica hemos logrado solidez gracias a nuestros diversos modelos de negocio.

¿Por qué es tan importante adaptarse? Esto permite a las empresas establecer relaciones con diferentes aliados, por lo tanto, ayuda a entender y satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores locales, conectando de manera auténtica y efectiva.

Especialmente en Guatemala, hemos generado importantes vínculos con socios agricultores para producir papa, maíz y plátano, materia prima de nuestros snacks salados Lay's, Doritos, Natuchips y la amada marca TorTrix. Además, hemos generado importantes relaciones comerciales para llevar a la mesa de nuestros consumidores nuestra avena Quaker Nutremas, por mencionar algunos ejemplos.

En la unidad de bebidas, PepsiCo ha construido relaciones duraderas en la región, diversos socios embotelladores y distribuidores estratégicos. Un ejemplo es nuestra

relación con cbc, embotellador de la marca Pepsi y el resto de portafolio de bebidas desde 1942. Esta relación se ha consolidado y expandido, convirtiendo a cbc en el embotellador ancla en nueve mercados de América Latina, incluyendo Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua en Centroamérica. Por lo tanto, esta sinergia ha sido clave para ambas compañías y para nuestro impacto local.

Continuaremos avanzando como aliados estratégicos a nivel local y confiamos que cada vez más, otras empresas puedan conectar de manera auténtica con los consumidores, encontrar sus necesidades y aliarse con socios para construir relaciones duraderas para crecer de manera sostenible a favor de la región.



“La vinculación a los mercados locales es clave para el éxito de cualquier compañía”.

En donde hay
transparencia,
hay Progreso



En Progreso, vivimos nuestros valores cada día.
Nuestro Código de Valores, Ética y Conducta (COVEC) y la Agenda
de Liderazgo guían cada decisión, reafirmando nuestro compromiso
con la integridad y la ética empresarial. Gracias a este compromiso,
hemos sido reconocidos doce años consecutivos como una de las
compañías más éticas del mundo por el Instituto Ethisphere.





Más de 85 años alimentando

A LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS

+(502) 2423-2323

www.nestle-centroamerica.com

Fábrica Nestlé Antigua Guatemala

Km. 46.5 carretera a Ciudad Vieja
Antigua Guatemala, Sacatepéquez.

Centro de Distribución Nestlé

Parque Logístico Unisur 3,
carretera CA-9 zona 10 municipio
de Villa Nueva.

Oficina Central y Fábrica Nestlé zona 12

48 calle 15-74, zona 12.

NESTLÉ A LA VANGUARDIA DEL USO DE LA IA EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Por: Nestlé

Nestlé, empresa líder en nutrición, salud y bienestar, dio un paso decisivo hacia la transformación digital con la inauguración de su Centro de Análisis de Datos e Inteligencia Artificial (CADIA) en Guatemala. Esta instalación, que representa una inversión estratégica de más de 5 millones de dólares, se establece como un pilar fundamental en la optimización de procesos y en el liderazgo de la empresa en innovación dentro de la industria de alimentos y bebidas.

El CADIA, ubicado en la Zona 12 de la Ciudad Capital, abarca 1,952 m² y ha sido diseñado para mejorar la comercialización y distribución de productos a través del procesamiento de datos en tiempo real. Gracias a la implementación de inteligencia artificial (IA), Nestlé no solo espera aumentar la eficiencia en su cadena de suministro, sino también responder de manera más ágil a las necesidades de sus clientes y fortalecer las relaciones con proveedores.

Patricio Astolfi, director general de Nestlé Guatemala, destacó que este centro representa una evolución en la operativa de la empresa. “Nos permitirá tomar decisiones más precisas y eficientes, optimizando la experiencia del consumidor y promoviendo la capacitación en nuevas tecnologías”, afirmó. El CADIA incorpora tecnologías avanzadas como machine learning y modelos predictivos, que facilitarán el análisis de tendencias de compra y la personalización de estrategias comerciales.

La inauguración del CADIA se suma a una serie de inversiones significativas realizadas por Nestlé en Guatemala en los últimos años, que superan los 85 millones de dólares. Estas inversiones han incluido la construcción y expansión del Centro de Distribución de Nestlé más grande de la región, la inauguración del

primer Museo y Centro Cultural en Centroamérica, y el desarrollo de iniciativas de sostenibilidad para la operación del negocio. Nestlé Guatemala, genera empleo para más de 1,800 colaboradores y ha establecido relaciones con más de 700 proveedores locales, reafirmando su compromiso con el desarrollo económico del país.

Comprometido con la sostenibilidad, el CADIA cuenta con la certificación LEED, garantizando altos estándares de eficiencia energética y reducción del impacto ambiental. Se espera que la nueva instalación reduzca en un 50% el consumo energético y en un 46% el consumo de agua, además de eliminar residuos al vertedero.

Con la mirada puesta en el futuro, Nestlé tiene planeados varios proyectos clave para el futuro en el país. De esta manera, Nestlé Guatemala reafirma su compromiso de contribuir al bienestar y la calidad de vida de los guatemaltecos, consolidando su papel como líder en la transformación digital del sector alimentario. La inauguración del CADIA es un paso firme hacia un futuro donde la tecnología y la sostenibilidad se entrelazan para mejorar la calidad de vida de los guatemaltecos.





**SOMOS PARTE DEL DESARROLLO
DE NUESTRO PAÍS**

SOMOS MÁS QUE UNA CERVEZA

CERVECERÍA
ambev
GUATEMALA

22 AÑOS DE CERVECERÍA AMBEV GUATEMALA: UN LEGADO DE IMPACTO Y COMPROMISO

Por: Cervecería Ambev Guatemala



Cervecería Ambev Guatemala celebra con orgullo 22 años de presencia en el país, consolidándose como un motor clave del desarrollo económico, social y ambiental de Guatemala. Desde su llegada en 2003, marcó un antes y un después, diversificando la industria cervecera.

Con la mirada puesta en el futuro, Cervecería Ambev Guatemala reafirma su propósito de soñar en grande y seguir construyendo una Guatemala con más oportunidades, más desarrollo sostenible y más motivos para brindar.

Actualmente, la empresa genera más de 5,000 empleos directos e indirectos, trabaja con más de 582 proveedores locales y atiende a más de 64 mil puntos de venta a nivel nacional. Adicionalmente, su Cervecería ubicada en Teculután, Zacapa, es hoy un referente regional en tecnología, eficiencia y seguridad y de clase mundial fabricando cervezas con altos estándares.

En el plano social, Cervecería Ambev cree firmemente que todas las experiencias con sus productos deben ser positivas, por eso impulsa con fuerza campañas de consumo responsable. Mas recientemente lanzó “El que sabe, sabe chelear como un pro” y su programa de seguridad vial “Vive la Vía”, para la promoción de una cultura basada en el respeto. Así mismo, la empresa innova continuamente para brindar a los consumidores mayor variedad de elección con opciones sin alcohol Beck’s Blue y Corona 0.0. Desde la perspectiva ambiental, la empresa cuenta con una plataforma de sostenibilidad robusta donde se incluyen acciones como la promoción de la economía circular a través de Movimiento REBO, su programa de recolección de vidrio a nivel nacional que apuesta por recuperar el vidrio distribuido en el país, fortaleciendo una red de recicladores locales ubicados en distintas regiones. En el año 2024 ha recolectado más de 9.4 millones de botellas.

A lo largo de estas dos décadas, ha construido un portafolio robusto con más de 15 marcas globales –incluyendo Corona, Modelo, Stella Artois, Michelob Ultra, Budweiser y Brahva–, elevando la cultura cervecera del país.



LA APUESTA DE GRUPO BIMBO PARA ALIMENTAR UN MUNDO MEJOR

Por: Paula Pacheco | Gerente de Asuntos Corporativos, Comunicaciones y Relaciones Institucionales de Bimbo LatinCentro

Más allá de ser una de las compañías más influyentes en la industria de alimentos, en Grupo Bimbo hemos convertido la sustentabilidad en un pilar estratégico de nuestro negocio, impulsando acciones innovadoras para minimizar su huella ambiental y generar un impacto positivo en las comunidades donde opera. Bajo tres pilares –Para Ti, Para La Vida y Para la Naturaleza– buscamos equilibrar crecimiento y responsabilidad en un contexto donde la sostenibilidad es cada vez más determinante para el futuro del sector.

En respuesta a las necesidades actuales de los consumidores, nuestra estrategia “Para Ti” refleja nuestro compromiso con la salud y el bienestar, ofreciendo opciones balanceadas sin sacrificar sabor y promoviendo un sistema alimentario más sustentable.

Como parte de nuestra apuesta por la economía circular, la empresa a nivel global ha desarrollado empaques 100% reciclables y priorizamos el uso de materiales renovables y reciclados. Desde 2010, hemos reducido significativamente el uso de plásticos, enfocándonos en soluciones de empaque más sustentables.

Adicionalmente, este año en Guatemala incorporamos 67 vehículos eléctricos de reparto. Este cambio aporta a la meta nacional de reducir las emisiones de CO2 en el sector transporte. Estos vehículos se recargan con energía limpia generada por un sistema de paneles solares instalados en un centro de venta de la compañía, contribuyen a un esfuerzo local para reducir más de 370 toneladas de CO2 anualmente.

Por otro lado, para contribuir a la reducción del desperdicio de alimentos y apoyar a las comunidades,

en Bimbo desarrollamos el programa “Expendios con Sentido Social”, que recupera productos próximos a vencer o con bajas de fábrica, permitiendo su venta a precios accesibles. Actualmente, contamos con 13 expendios sociales en Centroamérica, administrados por personas en situación de vulnerabilidad, generando un impacto tanto social como ambiental.

En el marco de nuestro compromiso ambiental, en Bimbo, a través de nuestro pilar “Para La Vida”, impulsamos el desarrollo comunitario con iniciativas como “Campeonas de Sueños”, que ha beneficiado a más de 1,800 niñas en Centroamérica. El programa busca fomentar el deporte a través del apoyo a escuelas de fútbol femenino, integrando la formación en valores y promoviendo un estilo de vida por medio de una nutrición balanceada. En dos años de implementación, hemos impactado a más de 170 niñas en Guatemala.

Con una visión clara de ser una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana, como Grupo Bimbo demostramos que, para impulsar la industria alimentaria, la innovación y la sostenibilidad pueden ir de la mano, reafirmando nuestro compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social.



“Para impulsar la industria alimentaria, la innovación y la sostenibilidad pueden ir de la mano”.

EL FUTURO DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GUATEMALA: INNOVACIÓN, CALIDAD Y COMPROMISO SOCIAL

Por: Carmen Rosa Barillas | Directora Ejecutiva de la Gremial de Restaurantes y Procesadores de Alimentos de Cámara de Industria de Guatemala

La industria alimentaria y de bebidas en Guatemala ha sido un sector fundamental para la economía del país. No solo es un motor clave de generación de empleo, sino también una de las industrias más dinámicas y en constante evolución. Actualmente, el sector de alimentos y bebidas representa aproximadamente el 6% del Producto Interno Bruto (PIB) de Guatemala.

Desde la Gremial de Restaurantes y Procesadores de Alimentos de Cámara de Industria de Guatemala (CIG), hemos sido testigos de cómo, a lo largo de los años, miles de emprendedores, chefs y empresarios del sector han trabajado arduamente para brindar productos y servicios de calidad, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo económico, social y cultural del país.

INNOVACIÓN: IMPULSO AL CRECIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD

Uno de los aspectos más destacados de la industria alimentaria en Guatemala es la capacidad de adaptación e innovación que ha demostrado frente a los desafíos globales y locales. La incorporación de nuevas tecnologías, métodos de producción más eficientes y un mayor impulso por la sostenibilidad medioambiental son solo algunos de los avances que han permitido que el sector se mantenga competitivo.

CALIDAD COMO SELLO DISTINTIVO

La calidad es uno de los pilares sobre los cuales se ha construido la reputación de la industria alimentaria guatemalteca. La Gremial de Restaurantes y Procesadores de Alimentos ha trabajado incansablemente para promover las mejores prácticas en todos los procesos de producción, desde la selección de ingredientes hasta el servicio al cliente. Cada vez más, las empresas del sector están comprometidas con ofrecer alimentos de la más alta calidad, y en este sentido, el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad, higiene y seguridad alimentaria ha sido uno de los principales objetivos del gremio.

Esto ha llevado a que muchas empresas guatemaltecas, tanto del sector restaurantero como el de procesadores de alimentos, logren ser reconocidas a nivel internacional. Actualmente, el sector restaurantero en Guatemala genera más de 200,000 empleos directos y alrededor de 500,000 empleos indirectos, consolidándose como un motor clave de desarrollo económico y social.

COMPROMISO SOCIAL: CONTRIBUYENDO A LA SOCIEDAD

Una de las características más importantes de la industria alimentaria en Guatemala es su compromiso con el bienestar social. Los empresarios del sector han logrado incorporar el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) en sus estrategias. Muchas empresas del sector alimentario han apoyado a comunidades locales a través de programas de educación, salud y desarrollo económico.

UN FUTURO PROMETEDOR PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

A pesar de los desafíos, el futuro de la industria alimentaria en Guatemala es muy prometedor. Las tendencias actuales y futuras, como la sostenibilidad, la digitalización y la diversificación de productos, nos muestran un sector que sigue evolucionando, innovando y manteniéndose a la vanguardia. La Gremial de Restaurantes y Procesadores de Alimentos continuará trabajando arduamente para apoyar a sus miembros y contribuir a la mejora continua de la industria, fomentando la colaboración, la capacitación y el intercambio de conocimientos.



“Una de las características más importantes de la industria alimentaria en Guatemala es su compromiso con el bienestar social”.

Eficiencia energética:

CLAVE PARA LA COMPETITIVIDAD

El uso responsable de la energía es clave para un **futuro sostenible** y para mantener en funcionamiento nuestro sistema eléctrico.

Sabiendo que la energía es un recurso limitado, es vital impulsar una cultura de eficiencia en todos los ámbitos.

Te invitamos a sumarte a esta iniciativa y a adoptar prácticas que nos permitan **aprovechar la energía** de manera inteligente. Juntos, podemos fortalecer nuestra comunidad y crear un entorno más sostenible.



TONALIDADES CÍTRICAS EXTRAVAGANTES Y PISTACHO REVOLUCIONAN EL 2025

Kerry publica su estudio de Taste Charts con las principales tendencias

Por: Kerry



Kerry, multinacional destacada en nutrición sostenible, presenta su estudio “Taste Charts 2025”, una herramienta clave para apoyar la innovación en la industria de alimentos y bebidas. Este año, el enfoque global destaca el ciclo de vida de los sabores cítricos y de pistacho. Los gráficos del estudio ofrecen perspectivas sobre las expectativas de los consumidores.

LA IMPORTANCIA DEL SABOR EN LA INNOVACIÓN DE ALIMENTOS

El sabor es esencial en el desarrollo de nuevos productos. En 2025, se espera un crecimiento significativo de sabores como Naranja Sanguina, Yuzu, Lima Australiana y Pistacho, los cuales ya se encuentran en la lista de sabores emergentes en América Latina. Según Edson Cortés, Gerente General Taste Latam Kerry, esta edición es clave para anticipar los cambios del mercado y crear productos innovadores.

PISTACHO: UN SABOR EN AUGE

El ciclo de vida del pistacho está en su apogeo. En los últimos tres años, las búsquedas de pistacho han aumentado 8%, alcanzando su punto máximo en noviembre, convirtiéndose en un sabor deseado para las festividades. “El pistacho está resurgiendo gracias

a la tendencia de la crema de pistacho, especialmente en productos dulces y bebidas”, afirma Cortés.

INNOVACIÓN EN LOS SABORES CÍTRICOS

Los sabores cítricos, como Naranja Sanguina, Yuzu, Pomelo, Limón Kaffir y Kumquat, están trayendo una nueva inspiración a los productos. “La evolución de los cítricos está más allá de las bebidas, transformando productos dulces y salados”, explican los expertos.

En sabores salados, los más populares son quesos, ahumados, cárnicos (pollo y res) y picantes, mientras que en sabores dulces, tonalidades como como tutti frutti, capuchino y churro están ganando terreno. Asimismo, sabores como Salsa Macha y Alitas Buffalo están destacándose, mientras que en bebidas, limón, manzana y maracuyá siguen siendo populares, con tequila y el mango verde emergiendo.

SOSTENIBILIDAD Y NUTRICIÓN: EL FUTURO DE LOS SABORES

El estudio también refleja cómo la sostenibilidad está alineada con la innovación. Con soluciones para reducir el sodio y el uso de ingredientes de fuentes sostenibles, Kerry está comprometida con el bienestar del planeta y sus consumidores. El futuro de los sabores será más sostenible.

Explora las tendencias con Taste Charts 2025

Los gráficos interactivos de Taste Charts 2025 están disponibles en línea, ofreciendo una forma inmersiva de explorar las tendencias de sabor globales. Se pueden descargar gráficos regionales adaptados a las necesidades del mercado local. ¡Búscalos!

Impulsemos

EL CONSUMO DE LECHE Y

productos lácteos

EN EL



VI FORO GUATEMALTECO
**DE LA LECHE Y
PRODUCTOS LÁCTEOS**

**Jueves 29
de mayo**

08:00 a 17:30 h.

Hotel Westin Camino Real,
Ciudad de Guatemala



Organizado por:

eventos@industriagate.com
PBX: 2380-9000 Ext: 117/224
www.industriagate.com



UN SABOR DE OPORTUNIDAD: EXPLORANDO LOS DIVERSOS SABORES DE LAS IMPORTACIONES DE ALIMENTOS DE EE. UU.

Por: Assistcorp



En el corazón de Centroamérica, se está desarrollando un renacimiento culinario. A medida que los paladares se vuelven más aventureros y los consumidores buscan ingredientes únicos y de alta calidad, la demanda de productos alimenticios diversos se dispara. Este apetito por la innovación ha abierto puertas para asociaciones internacionales, particularmente con los Estados Unidos, una potencia de producción agrícola y alimentaria.

Imagina las posibilidades: los sabores ricos y robustos de los granos del Medio Oeste, los productos frescos y vibrantes del Noreste de Estados Unidos, y las tecnologías alimentarias innovadoras que están remodelando el panorama culinario. Estos son solo un vistazo de lo que se está volviendo cada vez más accesible para las empresas centroamericanas. Estados Unidos, con su compromiso con la seguridad

alimentaria y las prácticas agrícolas de vanguardia, ofrece una gran cantidad de oportunidades para aquellos que buscan expandir su oferta de productos y deleitar a sus clientes.

Puede ser que navegar por las complejidades del comercio internacional sea algunas veces desalentador. Organizaciones como Food Export Association of the Midwest USA y Food Export USA - Northeast, colaboran con Servicio Agrícola Extranjero (FAS) del USDA a fomentar relaciones sólidas entre los proveedores estadounidenses y los importadores centroamericanos, agilizando el proceso y asegurando un flujo fluido de mercancías. Estas entidades brindan asistencia invaluable, desde la identificación de socios potenciales hasta la comprensión de las tendencias del mercado, empoderando a las empresas para prosperar en este entorno dinámico.





HISTORIAS DE ÉXITO: UN TESTIMONIO DE OPORTUNIDAD

David Recinos, Gerente de Importaciones de Unisuper, comparte su experiencia: "Explorar el mercado de alimentos de EE. UU. ha sido un viaje enriquecedor, lleno de oportunidades para descubrir productos innovadores y forjar asociaciones duraderas. Cada visita ha sido única e invaluable, contribuyendo al crecimiento profesional y personal". Este sentimiento se hace eco de las experiencias de muchos que han aprovechado con éxito el potencial de las importaciones de alimentos de EE. UU.

En un mercado que evoluciona rápidamente, mantenerse informado es crucial. Recursos como el boletín U.S. Foodlink ofrecen información valiosa sobre las últimas tendencias e innovaciones en la industria alimentaria estadounidense, empoderando a las empresas para tomar decisiones informadas y continuar a la vanguardia de la competencia.

Como enfatiza Debbie Corado, Directora de Assistcorp: "Nuestra oficina y personal especializado están comprometidos a brindar asistencia personalizada, guiando a las empresas a través del proceso de importación y ayudándolas a establecer una fuerte presencia en nuestros mercados. Las oportunidades de colaboración son vastas y estamos aquí para apoyar el crecimiento de una relación comercial sólida con los Estados Unidos".

Las puertas del mercado de alimentos de EE. UU. están abiertas de par en par, Food Export Association

of the Midwest USA y Food Export USA - Northeast ofrecen una gran cantidad de oportunidades para las empresas centroamericanas. Con un enfoque en la calidad, la innovación y un fuerte apoyo local, el potencial de crecimiento y colaboración es inmenso. Al aprovechar estas oportunidades, las empresas pueden enriquecer sus ofertas, satisfacer los gustos cambiantes de sus clientes y contribuir al vibrante panorama culinario de la región.

Para consultas o más información, póngase en contacto con nuestro equipo:

**Representantes de Food Export
Guatemala, El Salvador y Honduras:**



Debbie Corado

dcorado@assistcorp.com.gt



Francisco Marcucci

fmarcucci@assistcorp.com.gt

PLANTA DE INNOVACIÓN ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE LA UVG

Por: Ana Silvia Colmenares | Directora del Departamento de Ingeniería en Ciencias de Alimentos, Universidad del Valle de Guatemala

En el corazón del Centro de Innovación y Tecnología (CIT) de la Universidad del Valle de Guatemala (UVG) se encuentra un espacio diseñado para redefinir el futuro de la industria alimentaria. La Planta de Innovación Alimentaria y Nutricional, considerada la más avanzada del país, ha sido concebida no solo como un laboratorio de investigación, sino como un punto de encuentro entre el conocimiento académico y la aplicación industrial.

Pensada como una planta industrial en escala reducida, su infraestructura permite a estudiantes, investigadores y empresas explorar nuevos procesos y desarrollar productos con altos estándares de calidad e inocuidad. Con más de un centenar de equipos especializados, distribuidos en áreas como procesamiento de frutas, cereales, lácteos, cárnicos, biotecnología y empaques, este espacio impulsa la experimentación y la aplicación práctica de tecnologías de vanguardia.

INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE PRÁCTICO

El enfoque de “aprender haciendo” es el pilar que sostiene la actividad en esta planta. Desde los primeros años de formación, los estudiantes tienen la oportunidad de trabajar con equipos de tecnología avanzada y participar en proyectos de investigación aplicada. Al mismo tiempo, la industria encuentra en este espacio un aliado estratégico para la producción piloto, la evaluación de materias primas y la optimización de procesos antes de su implementación a gran escala.

El Departamento de Ingeniería en Ciencias de Alimentos ha liderado el desarrollo de productos innovadores que incorporan insumos como cacao, maíz, arveja y aguacate. A partir de estos ingredientes, se han creado

opciones alimenticias funcionales como sopas, pastas y bebidas probióticas, reflejando un compromiso con la investigación y el aprovechamiento de recursos locales.

VISIÓN A FUTURO

El potencial de la Planta de Innovación Alimentaria y Nutricional trasciende su infraestructura actual. La apuesta a futuro es consolidarse como un referente regional en investigación y desarrollo de tecnologías alimentarias, expandiendo sus servicios a empresas y profesionales del sector. La incorporación continua de equipos provenientes de países como Estados Unidos, Italia y Alemania demuestran el dinamismo de un espacio en constante evolución.

En un contexto donde la innovación y la seguridad alimentaria son prioritarias, iniciativas como esta contribuyen a la formación de profesionales altamente capacitados y al fortalecimiento del sector productivo del país. La conexión entre academia e industria que aquí se cultiva representa una vía estratégica para enfrentar los desafíos del futuro y aprovechar las oportunidades que emergen en un mercado global en transformación.



EL PROPÓSITO DE LA LEY DE COMPETENCIA EN GUATEMALA

Por: Nicholas Virzi | Director de Análisis Estratégico en Cámara de Industria de Guatemala

A nivel global, el propósito principal de una ley de competencia (LDC) es maximizar la eficiencia en los mercados por medio de la promoción de la competencia, evitando conductas que distorsionen el funcionamiento eficiente del mercado. Esto porque se supone que estas prácticas perjudican a los consumidores, los competidores, o limitan la innovación.

El texto de la LDC guatemalteca aprobada a finales de 2024 cumple con el propósito generalmente reconocido como mejor práctica. En teoría, la LDC pretende velar porque los consumidores tengan opciones reales y también proteger a las empresas entrantes de ser excluidas del mercado por lo que se conocen como prácticas abusivas.

Se debe suponer que la LDC guatemalteca persigue una economía de mercado donde las reglas sean claras y las ventajas empresariales se obtengan por eficiencia, no por lo que las autoridades consideren “competencia desleal”.

CONCEPTOS BÁSICOS DE COMPETENCIA EN LA LDC

Mercado relevante: el mercado relevante define el ámbito en el que se evalúa la competencia. Se compone de dos dimensiones: el mercado de producto (los bienes o servicios que son considerados sustitutos por los consumidores) y el mercado geográfico (la región donde los consumidores pueden adquirir esos bienes o servicios).

Por ejemplo, el mercado relevante de bebidas gaseosas podría incluir productos similares ofrecidos por Empresa A y Empresa B en un área geográfica específica, como

un país o una ciudad. Este concepto es crucial para determinar si una empresa tiene poder de mercado y si sus prácticas afectan la competencia, según la ley y quienes la interpretan y aplican.

Poder de mercado: la capacidad de una empresa para influir en los precios, la producción o las condiciones del mercado sin estar limitada por la competencia. En esencia, refleja el grado de control que una empresa tiene sobre el mercado en el que opera.

Esto puede ocurrir cuando la empresa tiene una posición dominante, lo que le podría permitir aumentar precios por encima del nivel competitivo o restringir la oferta sin perder clientes significativos, afectando a consumidores y competidores.

Posición de dominio: el poder actuar en el mercado con independencia de los competidores, clientes o proveedores, debido a la cuota de mercado, recursos económicos o control sobre recursos esenciales que tiene la empresa. Tener una posición de dominio no es ilegal, pero abusar de ella para restringir la competencia sí lo es bajo la LDC.



“El propósito de una ley de competencia es maximizar la eficiencia en los mercados”.



Colusión: la colusión ocurre cuando dos o más empresas acuerdan coordinar sus acciones para reducir la competencia en el mercado. Esto puede incluir prácticas como la fijación de precios o la división de mercados, y también las licitaciones públicas.

La colusión es una de las prácticas más graves en el derecho de competencia y suele clasificarse como una práctica restrictiva absoluta.

Prácticas restrictivas absolutas: conductas consideradas intrínsecamente dañinas para la competencia, independientemente de los efectos específicos que produzcan en el mercado. Estas prácticas se prohíben de manera categórica, sin necesidad de analizar su impacto caso por caso.

Algunos ejemplos incluyen:

- **Fijación de precios:** cuando dos o más competidores acuerdan establecer precios mínimos entre ellos, eliminando la competencia natural que beneficia a los consumidores con precios más bajos.
- **Reparto de mercados:** acuerdos entre empresas para dividir territorios, clientes o sectores, evitando competir entre sí.
- **Manipulación de licitaciones:** colusión entre empresas para coordinar ofertas en procesos de

contratación pública o privada, asegurando que una de ellas gane a expensas de la transparencia y el mejor precio.

- **Limitación de la producción:** pactos entre empresas para reducir artificialmente la oferta de bienes o servicios, lo que eleva los precios y perjudica a los consumidores.

Estas prácticas suelen implicar acuerdos colusorios entre empresas que, en lugar de competir, colaboran para maximizar sus ganancias a costa del consumidor. La LDC guatemalteca prohíbe dichas prácticas.

PRÁCTICAS RESTRICTIVAS RELATIVAS

Bajo la LDC, las prácticas restrictivas relativas no son intrínsecamente ilícitas; su legalidad depende del contexto, los efectos que generan en el mercado y las intenciones detrás de ellas.

En futuros artículos en esta revista, se detallarán las prácticas restrictivas relativas mencionadas en la LDC guatemalteca.

Estos temas son muy importantes para los gerentes dado que tendrán que tomar sus decisiones a futuro dentro de un contexto en el cual existirá un monitor vigilante de parte del Estado.



CERTIFICACIÓN DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

PARA MATERIALES DE LA CONSTRUCCIÓN



RECIBEN LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES CSC

Que respalda el compromiso que posee al fabricar concreto premezclado de manera sostenible y de bajo impacto ambiental.

EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS, UNA OPORTUNIDAD PARA TRANSFORMAR LA INDUSTRIA

Por: Esteban Castillo | Coordinador de Contenido Editorial de Cámara de Industria de Guatemala

El sector alimentario se encuentra en un punto de inflexión, donde los avances tecnológicos y las demandas de los consumidores exigen un equilibrio entre la innovación y la preservación de los valores fundamentales de los productos. Es un momento crucial para reconfigurar procesos, impulsar prácticas responsables y dar respuesta a los nuevos desafíos que plantea un mundo en constante cambio.

La revista Industria & Negocios tuvo la oportunidad de conversar con Aarón González, un experto mexicano en ciencia y tecnología de los alimentos cuya visión y trayectoria son claves para entender los retos y las oportunidades que se abren ante la industria.

Aarón no es solo un especialista con más de dos décadas de experiencia, sino un apasionado defensor de la calidad y la sostenibilidad. Su carrera comenzó con la ingeniería bioquímica aplicada al procesamiento de alimentos, que lo llevó a investigar y desarrollar soluciones innovadoras en nutrición y tecnología alimentaria. “Mi formación empezó en el bachillerato, cuando decidí enfocarme en la química aplicada a los alimentos, un campo que me permitió unir mi pasión por la ciencia con la industria”, comenta. A lo largo de su carrera, ha logrado combinar el ámbito académico con su trabajo práctico, apoyando a pequeños productores y transformando el sector de quesos artesanales en México.

Su experiencia le ha permitido observar de cerca la evolución del sector alimentario, especialmente en lo que respecta a la industria láctea. “La producción de quesos artesanales en México es un sector clave que ha avanzado enormemente, en especial con la

adopción de nuevas tecnologías sin perder la esencia original”, afirma. Para Aarón, este es un ejemplo de cómo la tradición puede adaptarse a los nuevos tiempos sin perder su autenticidad.

También destaca el cambio de paradigma en el comportamiento de los consumidores, especialmente en las nuevas generaciones. “Los jóvenes buscan alimentos más naturales, con menos conservadores, y están interesados en conocer el origen de lo que consumen”. Este despertar del consumidor hacia la transparencia y la sostenibilidad ha impulsado a la industria a replantear sus procesos, adoptando un enfoque más responsable y consciente.



“Los jóvenes buscan alimentos más naturales y están interesados en conocer el origen de lo que consumen”.

“La industria está respondiendo a estas inquietudes con una mayor apertura y compromiso con la sostenibilidad”, señala Aarón, resaltando el cambio en la mentalidad colectiva, que está promoviendo la necesidad de una trazabilidad más precisa y un enfoque hacia la producción local más respetuoso con el medio ambiente. La conciencia creciente sobre el impacto de las decisiones alimenticias de la sociedad está definiendo el presente y delineando un futuro más sostenible para esta industria.

LAS CRÓNICAS DEL DESPERDICIO, UN LLAMADO URGENTE A LA ACCIÓN

Uno de los proyectos que lidera Aarón es Las Crónicas del Desperdicio, una iniciativa global para sensibilizar sobre la gran cantidad de alimentos que se pierden. “Es paradójico vivir en un mundo donde una gran parte de la población sufre de hambre, mientras que el 30% de los alimentos que se producen se desperdician”, comenta. Este proyecto, que ha logrado extenderse a varios países, no solo apunta a crear conciencia, sino a modificar comportamientos y prácticas dentro de la industria.

Aarón también subraya la importancia de incorporar mejores procedimientos dentro de las estrategias del sector alimentario, enfatizando que la sostenibilidad no es una opción, sino una necesidad. En este sentido, toma el concepto de economía circular como clave para el futuro. Este modelo, basado en aprovechar al máximo los recursos disponibles y transformar subproductos en materias primas valiosas, se erige como la respuesta al desperdicio. En este contexto, Aarón menciona el caso del suero de leche, un subproducto de la industria quesera que puede ser utilizado para producir ingredientes valiosos, contribuyendo a la sostenibilidad y a la rentabilidad de los productores.

EL PAPEL DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES, UNA MIRADA HACIA EL FUTURO

Aarón concluye con una reflexión sobre el futuro de la industria, especialmente para los pequeños productores que deben adaptarse a un mercado globalizado. “Para competir en un mercado global, es esencial que los pequeños productores se enfoquen en calidad, innovación y adaptabilidad. El uso de tecnologías

adecuadas y el respeto por las tradiciones locales pueden ser la clave para su éxito”, menciona.

La visión de Aarón González sobre el sector alimentario invita a reflexionar sobre la sostenibilidad y la consciencia del consumidor como pilares sobre los cuales debe construirse el futuro de la industria. A medida que el sector enfrenta nuevos retos, se hace cada vez más evidente que la transformación es necesaria y está llena de oportunidades para aquellos dispuestos a innovar y adaptarse a las implicaciones de un mercado más responsable, transparente y consciente.



Aarón González

Experto en ciencia y tecnología de los alimentos



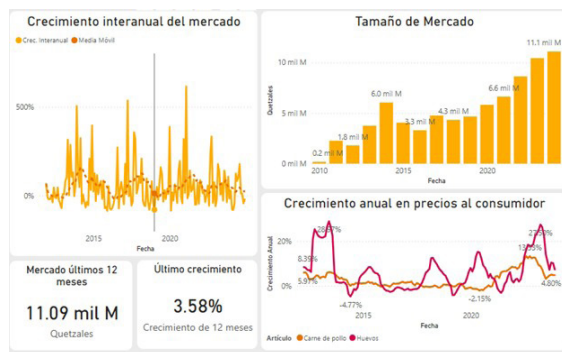
“Es paradójico vivir en un mundo donde una gran parte de la población sufre de hambre, mientras que el 30% de los alimentos que se producen se desperdician”.

LA INDUSTRIA AVÍCOLA: EL PILAR SILENCIOSO DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN GUATEMALA

Por: Lesly Fernández | Directora Ejecutiva Gremial de Avicultores

La seguridad alimentaria del país, en términos de consumo proteico, sin lugar a dudas descansa sobre los hombros de la industria avícola. Es incuestionable la dependencia nutricional del guatemalteco de los cereales como fuentes de carbohidratos (del maíz principalmente) y, en segundo plano, del trigo. Pero en términos de consumo proteico, son los productos avícolas los que constituyen el pilar de la seguridad alimentaria en Guatemala.

Nuestro sector presenta un dinamismo intenso, cuyo crecimiento está expresado en la gráfica del Central American Business Intelligence (CABI):



Se observa que el mercado ha experimentado un crecimiento continuo desde 2010 hasta 2024, reflejando su dinamismo. A pesar de los desafíos derivados de la pandemia, como el incremento en los costos de materias primas y fletes, los precios han permanecido relativamente estables. Sin embargo, los prolongados tiempos de espera para la descarga de insumos en los puertos nacionales siguen afectando la industria, generando costos adicionales que no pueden trasladarse completamente a los consumidores.

Los factores que determinan el crecimiento de la industria avícola, y la preferencia del consumidor sobre otras proteínas de origen animal, tienen que ver con los gustos del consumidor, pero también con su capacidad adquisitiva y los bajos costos de las proteínas avícolas comparadas con las demás.

Esta accesibilidad de los productos avícolas a amplios sectores de la población, se debe a la alta eficiencia de nuestra industria, la cual se beneficia de los inmensos desarrollos en la genética de las aves que se utilizan tanto para producir carne de pollo como huevos de mesa. Y, por supuesto, a la propia eficiencia del empresario local para producir.

La eficiencia de la industria avícola se basa en factores clave como la genética, la sanidad, la alimentación, y el manejo y las instalaciones para las aves. Las empresas avícolas exitosas gestionan eficazmente estas áreas, y muchas de ellas integran verticalmente varios procesos, como la producción de pollitos y alimentos balanceados.

La industria avícola no solo es un pilar de la seguridad alimentaria en Guatemala, sino un motor de desarrollo económico que responde a la creciente demanda de proteína asequible y de calidad. A medida que el sector sigue innovando, su papel en la nutrición y bienestar de la población se fortalece, asegurando su relevancia en el futuro del país.



La seguridad alimentaria del país, en términos de consumo proteico, descansa sobre los hombros de la industria avícola”.

COMERCIO ILÍCITO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: UN DESAFÍO ESTRATÉGICO PARA LA SALUD PÚBLICA Y LA GOBERNANZA ECONÓMICA

Por: Muriel Ramirez | Coordinadora y Vocera de la Comisión de Defensa del Comercio Formal (CODECOF)

El comercio ilícito de alimentos y bebidas constituye una amenaza silenciosa pero en constante expansión, que pone en riesgo no solo la salud pública, sino también la integridad de las cadenas de valor que el sector formal construye, respalda y garantiza. Esta actividad ilegal socava la competitividad de las empresas que cumplen con la ley, erosiona la recaudación fiscal del Estado y debilita la confianza del consumidor en los productos regulados. Además, en muchos territorios, este tipo de comercio está vinculado a dinámicas económicas informales que pueden derivar en conflictos sociales ante acciones de control o incautación.

RIESGOS SANITARIOS INVISIBLES, CONSECUENCIAS REALES

A diferencia de otros productos ilícitos, los alimentos y bebidas tienen una característica particular: su consumo es directo, cotidiano y, en muchos casos, masivo. Esto convierte cualquier falla en su control, ya sea por origen desconocido, malas condiciones de transporte, almacenamiento inadecuado o manipulación sin controles es una amenaza directa a la salud de las personas.

El comercio ilícito evade los controles sanitarios establecidos, lo que impide garantizar que los productos estén libres de contaminantes, agentes patógenos o ingredientes no autorizados. Esto expone a los consumidores a enfermedades gastrointestinales, intoxicaciones, y en casos más graves, a afectaciones crónicas o incluso mortales.

TRAZABILIDAD: EL ESLABÓN QUE ASEGURA LA CONFIANZA

Una de las principales garantías de un alimento seguro es la trazabilidad: la capacidad de seguir el recorrido del producto desde su origen hasta su destino final. Esta trazabilidad es parte esencial de las cadenas de valor formales, que incluyen controles de calidad, certificaciones sanitarias, regulaciones fiscales y sistemas logísticos estructurados.

El comercio ilícito rompe completamente este sistema. No solo es imposible identificar el origen o la composición del producto, sino que también deja fuera de protección a los consumidores, debilita la vigilancia sanitaria y erosiona la confianza en el mercado formal. En términos económicos, también impacta negativamente en los ingresos fiscales del Estado y genera competencia desleal para los productores que cumplen con todas las normativas.



“El comercio ilícito de alimentos y bebidas impacta la salud, la economía, el orden público y la cohesión social”.



INCAUTACIONES CON SENSIBILIDAD TERRITORIAL

Una de las particularidades del comercio ilícito de alimentos y bebidas es su arraigo en comunidades que, en muchos casos, dependen económica o culturalmente de estas dinámicas informales para subsistir. Esta condición convierte cualquier acción de incautación o persecución penal en un reto no solo operativo, sino también social y político. Si no se gestiona con sensibilidad territorial y un enfoque estratégico, estas intervenciones pueden derivar en tensiones comunitarias, confrontaciones directas o pérdida de legitimidad institucional. En la práctica, este riesgo suele traducirse en la inacción o tolerancia, lo cual perpetúa el problema y debilita los esfuerzos de control a largo plazo.

Por ello, es indispensable que los procedimientos operativos se basen en inteligencia, diálogo previo con actores locales y un enfoque diferenciado que comprenda los contextos sociales en los que operan estas redes. La persecución del delito no puede perder de vista el impacto social que puede generar si se ejecuta de manera estrictamente coercitiva.

ESTRATEGIA PREVENTIVA E INTEGRACIÓN MULTISECTORIAL

Para enfrentar este fenómeno de forma efectiva, es imprescindible una estrategia preventiva que promueva una gobernanza colaborativa entre el sector público y privado. Esto implica, entre otros elementos:

- Fortalecer la articulación entre autoridades sanitarias, aduaneras, fiscales y de seguridad.

- Involucrar al sector privado, especialmente a los productores formales, en esquemas de denuncia y/o creación de sistemas de monitoreo del mercado.
- Diseñar campañas de concientización dirigidas a consumidores sobre los riesgos del comercio ilícito.
- Promover el desarrollo económico local para ofrecer alternativas reales a quienes hoy participan de la economía informal.
- Impulsar reformas normativas que permitan respuestas más ágiles, diferenciadas y justas en función del tipo de producto y del impacto en la salud pública.

El comercio ilícito de alimentos y bebidas no es solo una infracción administrativa o un delito comercial: es un fenómeno complejo que impacta la salud, la economía, el orden público y la cohesión social. Su abordaje debe ser estratégico, preventivo y profundamente colaborativo. Solo con una visión integral y la participación efectiva de todos los sectores podremos proteger a los consumidores, fortalecer los mercados formales y consolidar una cultura de legalidad en el ámbito alimentario.



“Una de las principales garantías de un alimento seguro es la trazabilidad”.



NUEVAS DEMANDAS, NUEVAS RESPUESTAS: REINVENTANDO LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DESDE EL CONSUMIDOR

Por: Juan Pablo Mancilla | Director Ejecutivo de la Gremial de Alimentos y Bebidas (GREMAB)

En los últimos años, la industria de alimentos y bebidas ha experimentado una transformación sin precedentes, impulsada por un consumidor cada vez más diverso, informado y exigente. Este nuevo contexto ha redefinido las reglas del juego para las empresas del sector, que hoy deben estar más preparadas para comprender con precisión las señales del mercado para poder mantenerse relevantes y competitivas.

¿Entonces qué busca el consumidor de hoy? El comportamiento en Centroamérica, y particularmente en Guatemala, refleja una evolución marcada por distintos factores como la demografía, cambios de hábitos y nuevas dinámicas sociales. Esto ha generado una demanda creciente por productos que se alineen con distintos estilos de vida, que van desde su tamaño, practicidad y funcionalidad, hasta su impacto ambiental y contenido.

En respuesta, el sector empresarial ha impulsado estrategias innovadoras que han permitido brindar una oferta con mayor diversificación, adaptando productos a las distintas necesidades del mercado. Como resultado, han conformado de forma exitosa un portafolio que mejora la experiencia del consumidor, facilitando su integración en sus distintos estilos de vida.

Dentro de estas estrategias, el uso de tecnología ha jugado un papel clave, ya que las empresas han evolucionado hacia modelos más flexibles e integrados, implementando entre muchas otras, análisis avanzados

de datos y el uso de inteligencia artificial para entender mejor a los consumidores.

Esta transformación ha sido clave para lograr un impacto positivo, no solo en el consumidor, sino también en la industria en su conjunto, la cual muestra señales de una reinversión importantes. Como reflejan datos del Banco de Guatemala, esta ha crecido a un ritmo promedio de 2.9% anual, durante el periodo 2014-2021, cerrando el 2021 con un 4.8%. Este crecimiento no solo es crucial por su aporte económico, sino también por los más de 440,000 empleos directos que genera, así como por su contribución a las exportaciones, importaciones y la recaudación fiscal.

En resumen, la gran oportunidad está en comprender que los consumidores compran productos prácticos y funcionales, que respondan a sus distintos estilos de vida. En este nuevo contexto, las empresas que han logrado entender las nuevas reglas de juego y se han adaptado rápidamente son las que continuarán manteniendo el liderazgo en el sector.



“Las empresas que han logrado entender las nuevas reglas de juego son las que continuarán liderando el sector”.

magdalena

Lo nuestro es



Impulsamos un futuro sostenible a través de la
**energía renovable, la agroindustria responsable
y la bioquímica innovadora.**

magdalena.com.gt



LA INTEGRIDAD COMO INGREDIENTE CLAVE EN LA RECETA DEL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS

Por: Paola de la Torre | Presidente Ejecutiva de GuateÍntegra

En un sector donde los ingredientes importan, hay uno que no puede faltar: la integridad. Más allá de fórmulas, etiquetas o procesos, el compromiso con la ética y el cumplimiento se ha vuelto esencial para competir, crecer y generar confianza.

La industria de alimentos y bebidas en Guatemala no solo nutre al país, también dinamiza la economía, genera empleo e innova en forma constante. Pero su verdadero impacto no se mide solo en toneladas producidas o puntos porcentuales de crecimiento. Hoy, la mirada también se dirige hacia cómo se hacen las cosas: con transparencia, con responsabilidad y con visión de largo plazo.

Desde GuateÍntegra, promovemos que el compliance no se entienda únicamente como un conjunto de reglas, sino como una herramienta para construir culturas organizacionales coherentes y sostenibles. Culturas donde el cumplimiento no se negocia y donde los valores se viven más allá del papel.

En este sector, hablar de cumplimiento implica mucho más que asegurar estándares sanitarios o trazabilidad. Significa anticiparse a los riesgos, prevenir la corrupción, manejar con integridad los conflictos de interés y proteger los derechos a lo largo de toda la cadena de valor. En un mundo cada vez más exigente, hacer lo correcto no es solo ético: también es estratégico.

Hay empresas que ya lo están entendiendo así; han comenzado a transformar sus estructuras internas, sus procesos de toma de decisiones y sus vínculos con

proveedores y consumidores, colocando la ética como parte del modelo de negocio. Y cuando eso sucede, el cambio no solo se ve, se siente.

La integridad, como la calidad, no debe ser negociable. Y en una industria donde cada ingrediente cuenta, estos no pueden faltar.



“En un sector donde los ingredientes importan, hay uno que no puede faltar: la integridad”.

¡Ainnova es para todos!

Impulsando una innovación tecnológica con soluciones
integrales para emprendedores y PYMES de Guatemala

¡Tu vendes,
nosotros
facturamos!

Descubre más en [Ainnova.com.gt](https://ainnova.com.gt)



ainnova

ENTRETENIMIENTO FIDELIDAD
INFORMACIÓN VERACIDAD
ACTUALIDAD EDUCACIÓN
ACONTECIMIENTOS CLARIDAD
HONESTIDAD FIDELIDAD
ENTRETENIMIENTO
VERACIDAD *INFORMACIÓN*
EDUCACIÓN ACTUALIDAD



POR MÁS DE **27 AÑOS**

seguimos siendo esto y mucho más.

LA CHISPA DEL CAMBIO

Por: Patricia Letona | CEO de Futura Consult

El futuro no está escrito, y cada día tenemos la oportunidad de imaginar y construir un mundo mejor. La creatividad y la innovación nos han acompañado desde siempre, permitiéndonos superar desafíos y abrir nuevas posibilidades.

La chispa del cambio comienza con una pregunta: ¿Qué podríamos hacer de manera distinta para mejorar nuestra realidad? Cada avance significativo en la historia de la humanidad ha surgido de la valentía de buscar respuestas nuevas, de saber escuchar y de observar el mundo con todos los sentidos.

Innovar no es solo crear algo nuevo, sino transformar ideas en soluciones prácticas que generen valor y marquen la diferencia. En un entorno en constante evolución, ¿cómo podemos encender esa chispa para construir un futuro mejor?

La innovación no es patrimonio exclusivo de grandes empresas ni de genios solitarios. Como comunicadora, emprendedora y mujer de Estado, creo firmemente en el poder de impulsar la creatividad en los guatemaltecos y fomentar una transformación cultural que nos lleve a pensar de manera diferente para encontrar soluciones nuevas y efectivas a los retos que enfrentamos día a día.

Hablar de innovación no significa solo referirse a tecnología avanzada, sino también a ideas simples que facilitan la vida o generan nuevas oportunidades. Puede ser una mejora en la forma en que cultivamos los alimentos, un método más eficiente para realizar trámites públicos o incluso una reingeniería social que combata la desnutrición de manera radical.

Con el tiempo he aprendido que la innovación es mucho más que un proceso; es una filosofía de vida. La curiosidad, la experimentación, el trabajo colaborativo y la determinación nos llevan a transformar una idea en algo que cambia vidas para bien.

La innovación nos impulsa a crecer y a superar la adversidad. Innovar también es mirar hacia adelante y decir: "Podemos hacerlo mejor".

Recuperemos la capacidad de asombro, de creer en nosotros mismos para transformar el presente. En un mundo que enfrenta grandes desafíos, la innovación es nuestra mejor herramienta para construir un futuro prometedor. Así que, la próxima vez que sienta inquietud, curiosidad o tenga una idea, por pequeña que parezca, no la descarte. Podría ser la chispa que encienda en nuestro país la oportunidad para un futuro mejor.

Desde la innovación podemos construir una nueva historia.



Patricia Letona

Estratega en comunicación e innovación con experiencia en gestión de crisis, transparencia y gestión pública



“La innovación nos impulsa a crecer y a superar la adversidad”.

ALIMENTACIÓN E INNOVACIÓN: UN CAMINO COMPARTIDO A LO LARGO DEL TIEMPO

Por: Julio Orozco | Consultor en comunicación estratégica y gestión de reputación sectorial



La historia de la alimentación es, en esencia, la historia de cómo las sociedades han buscado formas de procurarse alimento suficiente, seguro, nutritivo y culturalmente aceptable. Desde prácticas ancestrales de recolección y conservación hasta sistemas complejos de producción y distribución global, alimentarse ha sido siempre una actividad condicionada por el entorno, las creencias, la tecnología y los ciclos demográficos.

A lo largo del tiempo, la innovación ha acompañado (y muchas veces impulsado) esta evolución. Lo que comenzó con la molienda de granos y la fermentación, se transformó con la cocción, el ahumado, el salado, y, siglos más tarde, con el enlatado, la refrigeración, la pasteurización, la liofilización y el uso de empaques inteligentes. Cada avance respondió a necesidades concretas: extender la vida útil, asegurar el abastecimiento, facilitar el transporte o adaptar los alimentos a nuevos estilos de vida.

En este recorrido, la industria de alimentos y bebidas ha sido una protagonista clave. Su capacidad para escalar soluciones tecnológicas, diversificar formatos y formular productos que integran ciencia, nutrición y funcionalidad ha sido determinante para enfrentar desafíos como la urbanización, las crisis sanitarias y la evolución de los entornos familiares y sociales.

Innovar en alimentación no es simplemente crear algo nuevo, sino responder con pertinencia técnica y cultural a las necesidades alimentarias de la población. La fortificación de alimentos básicos, el desarrollo de fórmulas infantiles, la disponibilidad de alimentos listos para consumir o la reformulación de productos para atender recomendaciones nutricionales son ejemplos concretos de cómo la industria ha sido parte activa de esta historia.

Reconocer esa trayectoria no es romantizarla, sino entender que la alimentación es un proceso dinámico que seguirá transformándose. En ese camino, la innovación seguirá siendo indispensable para atender mejor, llegar más lejos y adaptarse a los desafíos de hoy y del futuro.



“Innovar en alimentación no es simplemente crear algo nuevo, sino responder con pertinencia técnica y cultural a las necesidades alimentarias de la población”.

MUNDO INDUSTRIAL

Cápsulas de noticias relevantes sobre CIG, industria, economía y negocios.

Por: Esteban Castillo | Coordinador de Contenido Editorial de Cámara de Industria de Guatemala (CIG).

CIG y CACIF analizan perspectivas del panorama empresarial 2025

Cámara de Industria de Guatemala (CIG), en conjunto con CACIF, organizó el evento "Perspectivas 2025 del Sector Empresarial de Guatemala". La actividad, que contó con la participación del cuerpo diplomático, combinó el análisis económico y las proyecciones del sector empresarial con una celebración de las tradiciones culturales guatemaltecas propias de la Cuaresma y la Semana Santa.



Reunión con representantes de la Vicepresidencia de Relaciones Internacionales y Cooperación de la Cámara de Comercio de Bogotá

El presidente y vicepresidente de CIG, Raúl Bouscayrol y Enrique Font, se reunieron con representantes de la Vicepresidencia de Relaciones Internacionales y Cooperación de la Cámara de Comercio de Bogotá para conversar sobre la organización de una misión comercial a Colombia para el mes de agosto, con el objetivo de impulsar la generación de negocios entre ambos países.



Inauguración Auditorio Banco Industrial

CIG inauguró el Auditorio Banco Industrial, un espacio renovado que reafirma la histórica relación entre ambas instituciones y su compromiso con el desarrollo empresarial del país. Durante el evento, se destacó el papel fundamental de CIG en la creación de BI, así como el respaldo del banco en la construcción del edificio sede de Cámara.



Congreso de Industrias Sostenibles

CIG llevó a cabo una nueva edición del Congreso de Industrias Sostenibles. Raúl Bouscayrol, presidente de la junta directiva de CIG, enfatizó que Guatemala ha sido testigo de cómo la gestión ambiental es un pilar importante para las industrias. Durante la jornada, se desarrollaron paneles y conferencias que abordaron temas fundamentales para innovar a través de la sostenibilidad.

Sage Sales Management

El CRM para equipos de ventas que se mueven

Simplicidad y movilidad. El primer software que tus comerciales usarán a diario.

Ahora con IA ✨



CRM Móvil

- Registros ágiles
- Cuentas y oportunidades geolocalizadas
- Asistente personal
- Trabajo offline



CRM con IA

- Consulta los datos clave de tus clientes
- Reporte Inteligente por voz
- Análisis de la actividad comercial



Google play

★★★★★ 4.7/5

Capterra

★★★★★ 4.6/5

App Store

★★★★★ 4.6/5



CRM en la nube

- Seguimiento de la actividad comercial
- Gestión de pipeline y previsión de ventas
- Seguimiento de objetivos y oportunidades

Más de 1.600 empresas confían en Sage Sales management para acelerar las ventas

Sage

Contáctanos

Latinamerican Business & Technology Solutions

www.latam-bts.com

Tel: +(502) 2375 7729

Email: informacion@latam-bts.com

¡Lleva tus ventas al siguiente nivel!

WhatsApp: +(502) 3090 4948 / +(502) 3096 1602



Business & Technology Solutions

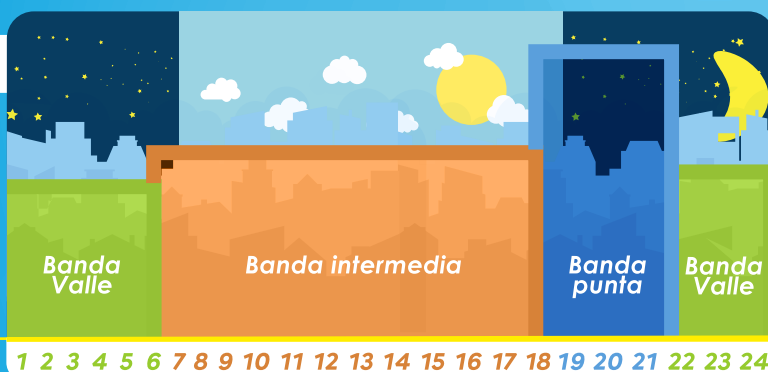


¡Optimiza tu consumo energético con el Portal de Consumo Inteligente!

¿Te gustaría tener más control sobre tu consumo de energía y ahorrar en tu factura? Con nuestro **Portal de Consumo Inteligente**, ahora es más fácil gestionar tu consumo eléctrico de manera eficiente y sin complicaciones.

Bandas horarias

Si tienes tarifa horaria, esta herramienta te permitirá aprovechar al máximo las mejores tarifas y optimizar el uso de tu energía.



Beneficios:



Control Total

Monitorea tu consumo en tiempo real.



Gestión Eficiente

Herramientas para optimizar tu consumo.



Alertas oportunas

Recibe notificaciones para optimizar tu consumo.



Monitorea y optimiza tu consumo.
¡Accede al Portal de Consumo Inteligente **AQUÍ!**

Para más información sobre la **Tarifa Horaria** y el **Portal de Consumo Inteligente**, contáctanos al correo **tarifashorarias@eegsa.net**

DIRECTORIO

DIRECTORIO DE FUENTES

¿Interesado en obtener más información acerca de los artículos publicados en esta edición? A continuación, encontrará el listado de las principales fuentes consultadas:

Juliana Cortez Danese

Directora de Asuntos Públicos Comunicación y Sostenibilidad
Alianza Latinoamericana de Asociaciones de la Industria de Alimentos y Bebidas (ALAIAB)
alaiab.org

Daniel Salazar

Gerente General
PepsiCo Alimentos para Centroamérica
facebook.com/PepsiCoCaricam

Paula Pacheco

Gerente de Asuntos Corporativos, Comunicaciones y Relaciones Institucionales
Bimbo LatinCentro
grupobimbo.com

Carmen Rosa Barillas

Directora Ejecutiva de la Gremial de Restaurantes y Procesadores de Alimentos
Cámara de Industria de Guatemala
gregua.com

Ana Silvia Colmenares

Directora del Departamento de Ingeniería en Ciencias de Alimentos
Universidad del Valle de Guatemala
uvg.edu.gt

Nicholas Virzi

Director de análisis estratégico
Cámara de Industria de Guatemala
nvirzi@industriaguade.com

Lesly Fernández

Directora Ejecutiva
Gremial de Avicultores
Cámara de Industria de Guatemala
lfernandez@industriaguade.com

Muriel Ramirez

Coordinadora y Vocera
Comisión de Defensa del Comercio Formal (CODECOF)
Cámara de Industria de Guatemala
comercioformal.industriaguade.com

Juan Pablo Mancilla

Director Ejecutivo
Gremial de Alimentos y Bebidas (GREMAB)
Cámara de Industria de Guatemala
jmancilla@industriaguade.com

Patricia Letona

CEO Futura Consult
pletona@futuraconsult.com

Julio Orozco

Consultor en comunicación estratégica y gestión de reputación sectorial
orozcohg1@gmail.com

Paola de la Torre

Presidente Ejecutiva
Guateíntegra
pdelatorre@industriaguade.com



BANCO INDUSTRIAL

Conoce el destino que tanto has soñado

Abre hoy tu cuenta de ahorro en dólares
por tan solo \$50 y haz realidad tus sueños



Solicita información en tu Agencia Bi más cercana