



Q6 mil millones en daños y pérdidas causaron las depresiones tropicales Eta e Iota



4

Unen esfuerzos por las mujeres



8

Exportación de nuevos productos,
crecimiento en el mercado
nostálgico en Estados Unidos



Tecnología

Q6 mil millones en daños y pérdidas causaron las depresiones tropicales Eta e Iota

Por Susana Roca E. – Comunicadora

De acuerdo con la evaluación realizada por la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN), los daños, pérdidas y costos adicionales causados por las depresiones tropicales Eta e Iota en el país ascienden a Q6,002,035,633. La cifra es comparable, por ejemplo, al presupuesto que juntos tenían asignados el año pasado los ministerios de Gobernación y de Economía.

Dichas depresiones tropicales afectaron al país durante el mes de noviembre del 2020 y dejaron a su paso 61 fallecidos, 30 heridos, 99 desaparecidos y 311,317 evacuados. Los fenómenos hidrometeorológicos afectaron principalmente los departamentos de Alta Verapaz, que es el más perjudicado, Izabal, Quiché, Huehuetenango, Petén, Zacapa y Chiquimula.

La titular de SEGEPLAN, Keila Gramajo Vilchez, informó que el equipo técnico de la institución que lidera utilizó la metodología para la Evaluación de Daños y Pérdidas (DaLa, en inglés), la cual permite estimar, en primer lugar, las intervenciones que el gobierno afectado deberá realizar en el corto plazo para iniciar la recuperación y, en segundo lugar, las necesidades financieras para lograr la recuperación, la reconstrucción y la gestión o reducción del riesgo de desastres en general.

Dicha metodología se ha utilizado en eventos climáticos anteriores como el huracán Mitch y se ha contado con el acompañamiento de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

La funcionaria explicó que “daño”, se refiere a la afectación por sector de los bienes y servicios calculables en dinero. Mientras que “pérdidas” son los servicios o bienes que no pueden prestarse o producirse, desde el inicio de la emergencia hasta que se logra la recuperación y reconstrucción. Mientras que “costo adicional” es el desembolso o gasto efectuado para proporcionar bienes o servicios bajo la temporalidad de la emergencia.

En los escenarios sobre el desempeño anticipado del producto interno bruto antes y después de Eta e Iota, entre 2018 a 2021, se estima una disminución adicional de 0.1 por ciento por los efectos, ubicando la caída de la economía en 1.6 por ciento.

El informe elaborado por SEGEPLAN contiene recomendaciones en materia de inversión pública, entre ellas:

La infraestructura que se reponga para atender los daños, deberá ser resiliente y contar con protección financiera (aseguramiento).

Desde la fase de preinversión deberá tomarse en cuenta la localización y mejorar la planificación, diseño y materiales, para mitigar el riesgo.

Los Planes de Ordenamiento Territorial (POT) deben considerar la protección a la población residente en áreas de riesgo y ejecutar inversiones públicas de calidad y usos compatibles del suelo.

Los entes rectores deberán establecer planes de mantenimiento y protección a la infraestructura para la resiliencia.

Es importante señalar que las cifras corresponden únicamente a los daños, pérdidas y costos adicionales y no a las acciones de respuesta inmediata o a la recuperación que deberá hacerse al territorio.

Corresponde ahora al Gabinete aquel que sería liderado por el Vicepresidente para quitarle lo molesto por el Centro de Gobierno pero que al final, el presidente Giammattei se lo ofreció públicamente pero que luego no le cedió el liderazgo.

Tras más de dos meses, el avance es lento y la reconstrucción y apoyo a los damnificados urgente.



Tecnología

Unen esfuerzos por las mujeres

Por Susana Roca E. – Comunicadora

El Ministerio Público firmó convenio interinstitucional I x Kem MAIMI, por sus siglas, es un modelo innovador con el cual se busca brindar una atención integral a las mujeres víctimas de violencia.

Con la firma de este convenio se da vida al MAIMI, siendo este el tercer modelo de atención especializado creado durante la administración de la Fiscal General de la República y Jefe del Ministerio Público Dra. María Consuelo Porras Argueta para brindar una atención de calidad a las mujeres víctimas. Al implementar el MAIMI se pretende que, en un solo lugar las mujeres víctimas reciban una respuesta institucional coordinada, especializado, tengan acceso a servicios legales, sociales, de salud, educación y empoderamiento económico y con ello ayudar a romper el ciclo de violencia en el país, así como, mejorar el acceso de las mujeres a la justicia y servicios esenciales de calidad para que puedan recuperar su proyecto de vida.

Estas acciones forman parte del Plan Estratégico del Ministerio Público 2018-2023 que se refiere a la elaboración de herramientas de atención a víctimas del delito, actuación, investigación y persecución penal; así como la adecuación del modelo de gestión penal y reducción de la victimización secundaria en el proceso penal.

Con el propósito de brindar una atención especializada, minimizando la victimización secundaria en la presentación de la denuncia, abordaje, entrevista y medidas de seguridad, el Ministerio Público implementó el Modelo de Atención Integral -MAI-. Sin embargo, tomando en cuenta el incremento del fenómeno criminal de violencia contra la mujer y con el fin de fortalecer la atención y acompañamiento a las víctimas durante todo el proceso penal desde la presentación de la denuncia hasta su finalización con una sentencia, se implementará el MAIMI que brindará servicios de un conjunto de instituciones aliadas y comprometidas a favor de las mujeres.

Entre los servicios que prestará el MAIMI destacan:

Ventanilla única para la detección del tipo de atención que necesita la víctima.

La atención urgente para la estabilización médica, psicológica, física y social de la víctima.

La atención en el MAI en caso de denuncia penal.

La atención Alerta Isabel Claudina en caso de mujer desaparecida

La atención por el Juzgado de Familia, en caso de medidas de seguridad.

Atención a distancia las 24 horas los 365 días del año a nivel nacional por medio de la línea 1572, el Botón de Pánico y servicio por medio de Whatsapp a mujeres con discapacidad auditiva.

Atención con pertinencia cultural. Servicio de intérpretes de idiomas mayas más predominantes.

Servicio de guardería para los hijos e hijas de las mujeres que se presenten al MAIMI.

Asesoría Legal

Educación y capacitación.

Empoderamiento económico.

Generación de empleo.

Medidas urgentes para víctimas en riesgo.

Servicios sociales, entre otros.

Este nuevo modelo que tendrá competencia en el área metropolitana, está integrado por el Ministerio Público, Organismo Judicial, Ministerio de Economía, Instituto de la Defensa Pública Penal, Ministerio de Gobernación, Instituto Nacional de Ciencias Forenses, Instituto para la Atención a la Víctima del Delito, Procuraduría General de la Nación, Instituto Guatemalteco de Migración, Defensoría de la Mujer, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Ministerio de Desarrollo Social y la Municipalidad de Guatemala, quienes ubicarán sus oficinas en un solo espacio físico para evitar el desplazamiento y victimización.

Considerando que entre los factores que afectan a las víctimas de violencia está la dependencia económica y el poco acceso a un trato digno al momento de denunciar y la falta de apoyo post denuncia; el programa parece ser muy prometedor para las féminas que llegan al punto de empoderarse para denunciar a sus agresores.

Ojalá los resultados sean cómo el planteamiento del programa, ya que la mayoría de la población guatemalteca está constituida por mujeres y muchas de ellas, víctimas de este flagelo de la sociedad.



Empresarial

Exportación de nuevos productos, crecimiento en el mercado nostálgico en Estados Unidos

Exportación de nuevos productos, crecimiento en el mercado nostálgico en Estados Unidos y nuevos canales de distribución como el delivery, de los logros para el sector de alimentos y bebidas de AGEXPORT

Contra todo pronóstico, superando cambios en la distribución y logística y extremando medidas de bioseguridad, el sector de alimentos y bebidas de Guatemala mantuvo sus niveles de productividad exportando US\$1,797.8 millones. Esto gracias a la implementación de nuevos canales digitales de venta y el impulso del delivery. Atendiendo no solo al mercado local y al internacional como Estados Unidos y Centroamérica, a través de innovaciones en el modelo de negocio como el e-commerce.

La Comisión de Alimentos y Bebidas de AGEXPORT afrontó la pandemia con innovaciones que les permitió apostar por productos saludables y orgánicos, algo que llevaron a los consumidores a través de la venta directa y el e-commerce. De esta

manera, el sector se reinventó fortaleciendo el servicio a domicilio o delivery, lo que compensó la baja en cuanto a servicios tradicionales. Esto sumado al impacto educativo que la Comisión impulsó, de la mano de conversatorios y talleres para fortalecer esta cadena de valor.

Es así como la industria de Alimentos y Bebidas alcanzó ventas al exterior por US\$1,797.8 millones, equivalente al 21% de las exportaciones acumuladas del país a septiembre del 2020, atendiendo a mercados como Centroamérica, México, Estados Unidos, Europa y República Dominicana. Esto también gracias al trabajo de capacitar a pequeñas y medianas empresas en cuanto a protocolos sanitarios, normativas de exportación y distribución y logística

“Como cualquier otra industria, el sector de Alimentos y Bebidas redujo considerablemente sus operaciones durante el confinamiento, sin embargo, por ser una cadena de valor esencial, las plantas de

producción y consumo se mantuvieron activas, gracias a la adaptación a nuevos protocolos de bioseguridad. Por eso, desde AGEXPORT impulsamos diversos cursos, talleres y conversatorios para transferir conocimientos y aprender constantemente, con el fin de atender a los mercados y consumidores de manera eficiente, incentivando una atención personalizada a través del servicio a domicilio y distintos canales virtuales”. Mencionó la presidente de la Comisión de Alimentos y Bebidas de AGEXPORT, Sylvia Menéndez.

Para la Comisión de Alimentos y Bebidas de AGEXPORT, la transferencia de conocimientos fue fundamental para adaptarse a esta nueva normalidad, ya que durante los meses más álgidos se realizaron conversatorios acerca de los cambios en el etiquetado frontal de alimentos, buenas prácticas y protocolos para el sector de alimentos y bebidas, así como proyecciones económicas ante el Covid-19. También se efectuaron diversas capacitaciones en temas como: innovación y productividad, estrategias de comunicación y ventas digitales.

“Mediante la implementación de programas como Export 101 2-0, Export To USA y diversos foros virtuales pudimos capacitar a pequeñas y medianas empresas con potencial de internacionalización, dotándolos de insumos como normativas de exportación, logística y distribución. Además, con el apoyo del Proyecto Mipymes y Cooperativas + Competitivas (MCC+), financiado por la Unión Europea, se logró que otras Pymes aplicaran buenas prácticas de producción y transformación, lo que les permitió acceder a mercados formales y exportar productos principalmente hacia los Estados Unidos. Como caso de éxito una de nuestras empresas agremiadas, Technolac S.A. consolidó la primera exportación de queso a Estados Unidos, cumpliendo con todos los requisitos establecidos”, enfatizó Menéndez.

Otro tema importante que se realizó durante el 2020 fue el Foro Virtual Innovación. El evento que se realizó a finales de septiembre entre la Comisión de Alimentos y Bebidas y la Comisión de Manufacturas Diversas de AGEXPORT, el cual contó con tres programas de conferencias especializados como: Food Innovation and Trends, Manufactory Innovation and Trends y Pharma Innovation and Trends.

Con este evento se logró proporcionar un espacio para dinamizar la mentalidad y cultura alrededor de la innovación en el sector empresarial de Centroamérica, conectando retos, oportunidades y soluciones para la innovación de manera efectiva y es por ello que en el marco del Food Innovation and Trends se tuvo 6 conferencias de alto nivel enfocadas en el slogan del evento: “Nuevos productos, Nuevos servicios y Nuevas experiencias”.

Para este 2021, la Comisión de Alimentos y Bebidas de AGEXPORT contempla la realización de varios eventos y proyectos, dentro de los que destacan los Business Days, eventos que pretenden vincular empresas productoras nacionales con potenciales clientes en el extranjero, con el apoyo de la unidad de Promoción Comercial. También se participará en ferias internacionales como la Expo ANTAD en México, LAC FLAVORS en Sudamérica, en las cuales se promoverá la oferta nacional.

Adicionalmente, se pretende realizar un estudio de consumo de productos guatemaltecos en los Estados Unidos, de la mano de la unidad de Inteligencia de Mercados, lo cual proveerá a los productores nacional información de valor para conocer patrones y tendencias de consumo, lo que evidenciará oportunidades de exportación en el 2021. También se continuará trabajando con los Consejeros Comerciales para encontrar oportunidades en nuevos mercados internacionales.

2021: Enfoque en 4 temas: relaciones interinstitucionales, competitividad, promoción comercial y servicios al exportador.

El sector reconoce que aún hay muchos retos ante la nueva normalidad, es por eso que ha definido sus prioridades en cuatro temas: relaciones interinstitucionales, competitividad, promoción comercial y servicios al exportador.

La Comisión buscará el apoyo del Ministerio de Salud con el fin de agilizar los trámites de nuevos registros sanitarios, así como las renovaciones. También brindará seguimiento con el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales para que impulsar una Ley sobre desechos sólidos.

Así mismo se continuará trabajando para promover el Tratado de Libre Comercio con Israel, para poder ingresar a un nuevo mercado con aranceles preferenciales.



Nacionales

Presidente Alejandro Giammattei se reúne con jefes y subjefes de bloque

Por Susana Roca E. – Comunicadora

El Presidente de la República de Guatemala, Doctor Alejandro Giammattei Falla, se reunió esta tarde con los Jefes y Subjefes de Bloque del Honorable Congreso de la República para presentar los avances que el Gobierno ha realizado para acceder a las vacunas de inmunización contra el COVID-19 y garantizar los recursos financieros para la adquisición de estas.

Como parte del compromiso de garantizar la gratuidad y acceso universal a las vacunas contra el COVID-19, se hace preciso adecuar el marco legal de excepción para la adquisición, conservación y movilización de estas. De acuerdo con un nuevo análisis financiero, se utilizarán los Ingresos Corrientes

y saldos de fuentes de los Decretos 12-2020, 13-2020 y 20-2020 y para ello el Organismo Ejecutivo realizará una readecuación al Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal vigente, incrementando el presupuesto de egresos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) por el monto de Q1,500.0 millones sin afectar el techo global del presupuesto vigente. Es decir, no se recurrirá a nueva deuda para financiar el acceso a las vacunas contra el Covid-19

¿Qué permite la Iniciativa de Ley que presenta el Presidente de la República?

Según lo expresado por el mandatario, la iniciativa de ley busca garantizar de forma gratuita, universal y voluntaria la

vacunación contra el COVID-19; ampliar el presupuesto de MSPAS y contar con los recursos y mecanismos necesarios para la adquisición de las vacunas; autorizar, con los fondos previstos, la compra de forma directa con fabricantes en el extranjero, sin intermediarios, lo que garantiza mayor calidad del gasto.

Según la iniciativa de ley presentada la modalidad de pago podrá ser en forma de anticipos y de convenir hasta por el total de la negociación, la exención del pago del Impuesto al Valor Agregado a las importaciones y para garantizar la fiscalización y auditoría social, las actuaciones y documentación de respaldo deberán publicarse en el Sistema GUATECOMPRAS en un plazo no mayor de 30 días.

¿Por qué Guatemala requiere un marco legal específico para la adquisición de vacuna COVID-19?

La Ley de Compras y contrataciones actualmente contempla lo siguiente:

Artículo 5: sólo permite importar bienes hasta por Q900,000.

No es aplicable el Título III, Régimen de Licitación y Cotización Pública, debiendo sujetarse la compra de vacunas a las disposiciones internacionales.

No es aplicable el Título V, Garantías y Seguros, porque no se puede exigir fianza y otros requisitos.

No es aplicable el Título VI, Registros, derivado que el fabricante no puede reunir las calidades de un proveedor local.

No es aplicable Capítulo III, únicamente se permiten los anticipos hasta por el 20% de obras y no puede aplicarse a la adquisición de bienes y servicios.

La Ley no permite las compras parciales.

Respecto a las fuentes de financiamiento que serán utilizadas, se mencionaron

Fuente 43 saldos de caa de colocaciones internas Q1,240.0 millones:

Fondo de Crédito para Capitales de Trabajo (Dto. 13-2020) Q460.0 millones

Saldo de Bonos del Tesoro (Dto. 20-2020) Q780.0 millones

Fuente 52 préstamos externos de apoyo presupuestario (Dto. 12-2020) Q16.0 millones

Programa de Administración Tributaria y Transparencia Q14.1 millones

CAT DDO Q1.9 millones

Fuente 11 Ingresos corrientes: provenientes de la recaudación tributaria del Ejercicio Fiscal vigente por Q244.0 millones

Rol de los acuerdos de confidencialidad

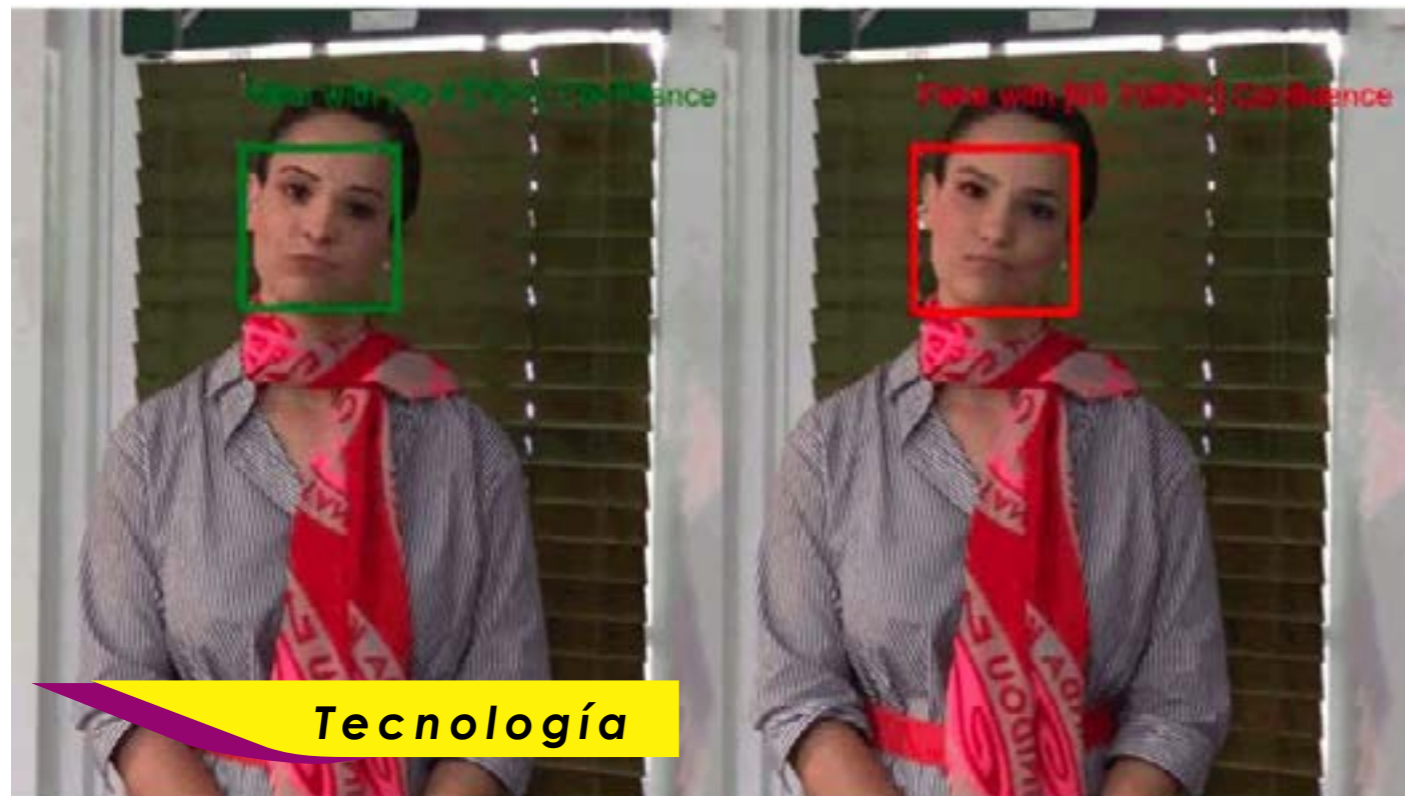
Cómo ha sido publicado existe, a nivel mundial un contrato de confidencialidad para no revelar el costo de las vacunas, en referencia a ello, estos son los puntos que se resaltaron en la reunión:

Los acuerdos de no-divulgación o confidencialidad son un marco legal internacional importante, que se utiliza para proteger la información sensible y confidencial de que el destinatario de esa información la ponga a disposición.

Protege los derechos de propiedad intelectual e investigación y desarrollo de los fabricantes, además de información sensible como: conocimientos, tecnología, métodos, procesos, práctica, fórmulas, proceso de manufactura, datos aún no publicados de eficacia, estrategia de mercado y negocios.

Los anticipos que se realicen y otras transacciones financieras serán información pública.

Corresponde ahora, a los jefes de bloque del legislativo, trasladar la información presentada por el ejecutivo a los diputados para que la iniciativa pueda ser aprobada.



LG visualiza un futuro mejor, más seguro y fácil con sus soluciones avanzadas en CES 2021

Microsoft anuncia dos nuevas tecnologías para combatir la desinformación, nuevos trabajos para ayudar a educar al público sobre el problema, y asociaciones para ayudar a avanzar en estas tecnologías y esfuerzos educativos de manera rápida. Reportes recientes también muestran que la desinformación ha sido distribuida alrededor de la pandemia de COVID-19, lo que ha llevado a muertes y hospitalizaciones de personas que buscaban supuestas curas que en realidad son peligrosas.

Nuevas tecnologías

La desinformación viene en muchas formas, y una sola tecnología no resolverá el desafío de ayudar a las personas a descifrar lo que es cierto y preciso. Desde Microsoft, se ha trabajado en dos diferentes tecnologías para hacer frente a los diferentes aspectos del problema.

Un gran problema son los deepfakes, o medios sintéticos, que son fotos, videos o archivos de audio manipulados por inteligencia artificial (IA) en formas que son

difíciles de detectar. Pueden ser utilizadas para hacer que la gente diga cosas que no dijo o estar en lugares donde no estuvo, y el hecho de que están generadas por IA, que puede continuar aprendiendo, hace inevitable que puedan vencer a la tecnología convencional de detección.

La compañía también presenta Video Authenticator, que puede analizar una foto fija o un video para brindar un porcentaje de probabilidad, o una calificación de confianza, de que el medio haya sido manipulado de manera artificial. En el caso de un video, puede brindar este porcentaje en tiempo real sobre cada cuadro a medida que se reproduce el video. Funciona a través de detectar el límite de fusión del deepfake y el sutil desvanecimiento o elementos de escala de grises que tal vez no puedan ser detectados por el ojo humano.

Es posible que los métodos para generar medios sintéticos continúen con el crecimiento en su sofisticación. Ya que

todos los métodos de detección de IA tienen tasa de error, es necesario entender y estar preparados para responder a que los deepfakes se deslicen a través de los métodos de detección. Por lo tanto, a largo plazo, se deben buscar métodos más fuertes para mantener y certificar la autenticidad de nuevos artículos y otros medios. Hoy, existen algunas herramientas para ayudar a asegurar a los lectores que los medios que ven en línea vienen de una fuente confiable y que no han sido alterados.

Microsoft también anuncia una nueva tecnología que puede detectar contenido manipulado y asegurar a la gente que los medios que ven son auténticos. Esta tecnología tiene dos componentes. El primero es una herramienta integrada en Azure, que permite a un productor de contenido agregar hashes y certificados a una pieza de contenido, que luego viven en él como metadatos, donde sea que viajen en línea. El segundo es un lector, que puede existir como una extensión de navegador o en otras formas, que comprueba los certificados y relaciona los hashes, para permitir a la gente saber, con alto grado de precisión, que el contenido es auténtico y que no ha sido cambiado, así como brindar detalles sobre quién lo produjo.

Alfabetización mediática

En meses recientes, se ha expandido de manera considerable la implementación de NewsGuard, que permite a las personas aprender más sobre una fuente de noticias en línea antes de consumir su contenido. NewsGuard opera a un equipo de experimentados periodistas que califican sitios web de noticias con base en nueve criterios de integridad periodística, que utilizan para crear tanto una "etiqueta nutricional" como una clasificación rojo/verde para cada sitio web de noticias evaluado. La gente puede acceder al servicio de NewsGuard al descargar una sencilla extensión de navegador, que está disponible para todos los navegadores estándar. Es gratis para usuarios del navegador Edge. Algo que es importante aclarar, Microsoft no tiene control editorial sobre ninguna de las calificaciones de NewsGuard y la extensión no limita el acceso a la información de ninguna forma. En su lugar, NewsGuard busca brindar mayor transparencia e invitar a la alfabetización mediática al brindar un contexto importante sobre la fuente de

noticias.

Consideraciones de políticas

Gobiernos, empresas, organizaciones no lucrativas y otros alrededor del mundo tienen una parte crítica por jugar en hacer frente de manera amplia a la desinformación y la interferencia en elecciones. En 2018, el Paris Call for Trust & Security in Cyberspace reunió a un grupo de líderes globales de varias partes interesadas que se comprometieron con nueve principios que ayudarán a asegurar la paz y la seguridad en línea. Uno de los principios más importantes es defender los procesos electorales. En mayo de 2020, en conjunto con la Alianza para Asegurar la Democracia, y el Gobierno de Canadá, se lanzó un esfuerzo para liderar actividades globales basadas en este principio. Cualquier organización interesada en contribuir, a unirse a Paris Call.

Asociaciones

Ninguna organización, por sí sola, podrá tener un impacto significativo en combatir la desinformación y los daños deepfakes. La naturaleza de este desafío requiere que diferentes tecnologías sean adoptadas de manera amplia, que los esfuerzos educativos lleguen a los consumidores en todos lados, de manera consistente, y no dejar de aprender sobre este desafío a medida que evoluciona.

Por eso, en asociación con la AI Foundation, una empresa dual, comercial y sin fines de lucro, ubicada en San Francisco, la iniciativa Reality Defender 2020 (RD2020), de AI Foundation, pondrá a disposición Video Authenticator para las organizaciones involucradas en el proceso democrático, incluidos nuevos medios y campañas políticas.

Así mismo, la compañía se ha asociado con un consorcio de compañías de medios, incluida la BBC, CBC/Radio-Canada y el New York Times, en Project Origin, que probará nuestra tecnología de autenticidad y ayudará a avanzar en un estándar que pueda ser adoptado de manera amplia. La iniciativa Trusted News, que incluye a un rango de editoriales y compañías de redes sociales, también ha aceptado involucrarse con esta tecnología. En los meses por venir, se espera ampliar el trabajo en esta área hacia más empresas de tecnología, editoriales de noticias y compañías de redes sociales.



Medio ambiente

TOTTO le apuesta a la sostenibilidad para este regreso a clases

TOTTO busca dar una segunda oportunidad a aquellas mochilas en desuso y contribuir, así, a la reducción del impacto medioambiental

En alianza con Club Rotario Guatemala Norte, la marca espera recolectar 1.500 mochilas usadas en Guatemala, evitando que lleguen a rellenos sanitario o a nuestros mares

TOTTO, la marca líder de la temporada escolar, inicia el año dándole a los guatemaltecos una buena noticia al lanzar su campaña "Dona tu mochila y regala una sonrisa". Una iniciativa que nace en el año 2019 desde su casa matriz en Colombia y que hoy lanza en el país, confirmando su compromiso con la sostenibilidad, con la que busca mitigar el impacto ambiental y fomentar la educación de niños y niñas en el país.

La marca es consciente de su responsabilidad con el medioambiente y del compromiso que todos tenemos para reducir la generación de residuos en el planeta, por eso le apuesta al ecodiseño, con una línea de productos eco, especialmente diseñados con materiales biodegradables.

"Hoy estamos invitando a que las personas se unan y le den una segunda oportunidad a la mochila que ya no usan, hacemos un llamado a que no desechen sus mochilas viejas y que las lleven a las tiendas TOTTO a nivel nacional. A cambio recibirán un bono de descuento de 30% para ser redimido hasta el 11 de febrero, recibiremos mochilas de todas las marcas", afirmó Rocio López, directora de mercadeo de la marca en Guatemala.

TOTTO Guatemala, en alianza con el Club Rotario Guatemala Norte, seleccionará las mochilas en buen estado para donar a comunidades en situación de vulnerabilidad para que puedan darle un segundo uso, aportando a la educación y al medioambiente.

TOTTO ratifica su compromiso con la educación como un factor de competitividad, como aquel motor que cierra las brechas y nos acerca a un mundo incluyente y diverso.

Finalmente, el mensaje que nos comparte la marca es: El mundo se mueve con una velocidad inimaginable, en el año 2020 el planeta y la sociedad nos mostraron la urgencia de tomar acciones y hacer cambios que beneficien a todos y no solo a unos pocos. Las marcas no podemos esperar y por eso debemos movilizar causas que nos permitan ser más sostenibles.





HUAWEI Y7a 4GB+128GB

22.5W HUAWEI SuperCharge | 48MP Quad AI Camera*



Tecnología

HUAWEI Y7a es el Smartphone perfecto que necesitas en el 2021

Si estás por renovar tu contrato telefónico y quieres un smartphone que además de calidad tecnológica tenga un diseño llamativo y no necesariamente con de alto costo, el nuevo HUAWEI Y7a es perfecto para ti.

Combina un diseño elegante e innovaciones esenciales a un gran valor, siendo un Smartphone que no puedes pasar por alto el día de hoy.

Estilo y diseño premium

El HUAWEI Y7a está equipado con una pantalla de 6.67 pulgadas para mostrar una imagen clara y nítida con un detalle de 394 PPI, ideal para navegar por la galería de fotos, ver películas, leer revistas en línea, y así sumergirte en una experiencia visual sin límites. Es un dispositivo joven y poderoso, así como práctico y atractivo. También da un paso más para elevar los elementos que están en tendencia. Utiliza tonos de color inspirados en la naturaleza.

Listo en un instante

Además el HUAWEI Y7a, cuenta con un botón para la huella digital en la parte lateral del smartphone para acceder rápida y fácilmente.

Multiplica tus mejores momentos con su cámara cuádruple AI

Debajo de ese look encantador, el HUAWEI Y7a ofrece una cámara cuádruple con IA que resalta en todos los escenarios. El sistema de cámaras comprende una cámara principal de 48MP, una cámara de ángulo ultra amplio de 8MP, cámara macro de 2MP y cámara de sensación de profundidad de 2MP, todas trabajando en conjunto para brindar grandiosos resultados en alta resolución, gran angular, retrato y fotografía macro.

Nacido para una vida eficiente

El teléfono cuenta con HUAWEI SuperCharge de 22.5W e incluye una batería de 5000mAh, para tener un desempeño de todo el día. Con sólo 10 minutos de carga, tendrá energía para usarlo dos horas viendo videos de forma ininterrumpida.

No te quedas sin espacio

Por otro lado, cuenta con un almacenamiento interno de 64 GB, para guardar fácilmente todas fotos, videos y música en un lugar y acceder a todo este contenido cuando el usuario quiera. Para aquellos que buscan más, ofrece un increíble almacenamiento externo de hasta 512 GB.

Si eres un amante del color y de los diseños trend, el HUAWEI Y7a se encuentra disponible en el operador Claro y pronto en distribuidores autorizados.



Tecnología

Panasonic Centroamericana reduce 232 toneladas de CO2

Además de la reducción de emisiones por CO2, la empresa logró un ahorro de \$44.720 luego de optimizar varios procesos a lo interno.

En agosto del año anterior obtuvo las certificaciones de Carbono Neutralidad y Bandera Azul, convirtiéndose en pionera de su nicho al ser la primera planta de fabricación de pilas en contar con dichos distintivos, a nivel local y regional.

En 2019, la compañía fue el primer desarrollo privado del país en alcanzar un balance energético 100% renovable, gracias a la infraestructura eléctrica del Estado y el uso de energía limpia.

El uso más eficiente de energías limpias, la reducción de emisiones de CO2, la optimización de los consumos energéticos y del recurso hídrico, el diseño de productos ecoamigables y la promoción del reciclaje, son parte de los objetivos que empresas en todo el mundo están incorporando como parte de sus planes

ambientales. En el caso de Panasonic Centroamericana, la implementación de estas acciones dio como resultado la reducción de 232 toneladas de CO2 y el ahorro de más de \$44 mil, tan sólo en un año de operar con fuentes renovables.

Para alcanzar este objetivo, se desarrollaron varios proyectos internos. Por ejemplo, para el consumo energético se optimizaron las tuberías de aire, se repararon algunas fugas de aire comprimido, se propició el uso de luz natural, se reemplazaron todas las luminarias por LED, dando como resultado la reducción de 29 toneladas de CO2 y un ahorro de \$19.618. Los efectos del gas invernadero se han mitigado con un plan que incluyó la disminución de los residuos (antes enviados al relleno sanitario) para ser utilizados en otros procesos por gestores autorizados, el diseño de nuevas rutas para venta y distribución de producto para menor consumo de gasolina y la mejora en procedimientos de compras sostenibles, lo que permitió el ahorro de

\$7.378 y 59 toneladas de CO2. El reciclaje eficiente se ha logrado con la reutilización de materiales como el cartón, eliminación de plásticos y reciclajes adicionales que antes eran para desecho, dejando de emitir 144 toneladas de CO2 y ahorrando \$17.724.

“Lo anterior, se logra tras el compromiso general de la empresa con el modelo de una operación verde y lo que ello implica, destacando la implementación estratégica de acciones que puedan ser sostenidas en el tiempo y medibles; la inversión exclusiva para llevar a cabo el plan de sostenibilidad, considerando que algunas no serán visibles en un corto plazo o tan rentables para la empresa como se quisiera; la innovación en cuanto al funcionamiento operativo, administrativo, logístico, tecnológico, entre otros; y por supuesto, la educación que reciban los colaboradores de la compañía, ya que ellos serán siempre el primer referente externo de cómo la empresa está enfocando su negocio”, explicó Jorge Sánchez, gerente de Ambiente y Calidad en Panasonic Centroamericana.

Panasonic también obtuvo las certificaciones de Carbono Neutralidad y Bandera Azul el año anterior, luego de que en 2019 la empresa se planteara el desafío de obtener ambos distintivos en un año. Las dos certificaciones convierten a la empresa en pionera de su nicho, al ser la primera planta de fabricación de pilas en contar con dichos reconocimientos ambientales, en el país y en la región.

El programa “Visión Ambiental 2050” de Panasonic, indica el compromiso de la compañía por contribuir con un ambiente global sostenible y establece que todas sus operaciones alrededor del mundo, se encaminen hacia la sostenibilidad. Incluso, en el caso de Costa Rica, la empresa comparte la visión del Gobierno de La República y su Plan Nacional de Descarbonización, para la creación de una economía descarbonizada y con cero emisiones netas al año 2050.

Muestra de ese enfoque conjunto fue la alianza establecida con la Compañía Nacional de Fuerza y Luz (CNFL) en 2019, para la instalación de 400 paneles solares en la planta ubicada en Belén, que le permitió a Panasonic ser el primer desarrollo privado del país en alcanzar un balance energético 100% renovable, gracias a la infraestructura eléctrica del Estado y las fuentes de energía limpia.

Dicho proyecto dio paso a una iniciativa para la creación de un sello ambiental,

que certifique que en Costa Rica se fabrican productos con energía 100% renovable, como es el caso de las pilas Panasonic. Esta estrategia se encuentra en conversaciones con el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE) y se espera iniciar con su desarrollo en 2021.

El proyecto de paneles solares, la revalidación de las certificaciones ISO por el ente autorizado, el reconocimiento país de ser Carbono Neutro y el distintivo de Bandera Azul, son cuatro de los hitos ambientales más destacados dentro de la operación de la empresa. Los mismos, llevaron a Panasonic Centroamericana a participar de un concurso ambiental en Panasonic, a nivel mundial, convirtiéndose en la primera operación latinoamericana en ganarlo. Este premio, también incluyó una partida económica para proyectos locales, que impactarán positivamente el negocio en un corto plazo.

“Todas estas acciones y reconocimientos han hecho que casa matriz y varias empresas hermanas de Europa vuelvan su mirada hacia Costa Rica, con la finalidad de conocer las estrategias ambientales implementadas en nuestra planta, lo que nos posiciona como una de las fábricas más reconocidas de Panasonic que trabaja con tecnología avanzada, en pro del medio ambiente, a nivel mundial”, continuó Sánchez.

Parte del plan para 2021 se enfoca en dar a conocer las alianzas establecidas con el Gobierno de Costa Rica; crear el sello ambiental que certifique al producto nacional con características renovables; educar internamente a los colaboradores en temas de sostenibilidad; y llevar esa conciencia ambiental a la población.

Las grandes empresas deben dirigir su operación hacia un modelo “verde” y rentable, garantizando el crecimiento de las sociedades en las que operan y por ende, la continuidad de los negocios; por eso, los tomadores de decisión, en cualquier compañía, están en la obligación de pensar primero en la gente y en su entorno. En el caso de Panasonic, comienzan a verse los beneficios del trabajo realizado tiempo atrás y la idea continuar como una compañía sostenible en los años venideros.



Empresarial

Compartir está en el aire, nuevas pérgolas Campero

Tras un año lleno de retos, en Pollo Campero iniciamos un año con esperanza, optimismo, así como con grandes noticias y sorpresas llenas de sabor. También estrenando nuevos espacios dentro de los restaurantes.

Como parte de su experiencia de servicio, Campero mantiene protocolos y medidas de prevención estrictos, buscando siempre el bienestar y ofrecer así lo mejor para sus consumidores. Por eso, Campero da un paso más y crea las "Pérgolas Campero", siendo el primer restaurante de la industria en implementar este tipo de espacios abiertos en su infraestructura.

Las Pérgolas Campero se suman a la variedad de espacios y opciones que Pollo Campero ofrece a sus consumidores, adaptándose a sus distintas necesidades de servicio, dentro y fuera de los restaurantes. "Con las Pérgolas Campero queremos que nuestros consumidores puedan compartir todo el Sabor

Campero en un espacio cómodo y ventilado, manteniendo nuestros estrictos protocolos de bioseguridad para la tranquilidad y seguridad de todos. En Pollo Campero estamos comprometidos y enfocados para ofrecer la mejor experiencia de servicio para nuestros consumidores y trabajamos para lograrlo cada día" explicó Juan Diego Toriello, Gerente Senior de Operaciones Pollo Campero Guatemala.

Las pérgolas ofrecen en su diseño, una perfecta combinación entre la comodidad del servicio en mesas y un área con ventanales grandes y amplios que permiten la circulación del aire de manera fresca y natural, aportando también iluminación natural. Se complementa con un mobiliario especial y decoración adaptada para exteriores, e incluso plantas naturales aptas para este entorno, creando así un ambiente placentero.

El área de Pérgolas Campero ya se encuentra abierta en los restaurantes de: Avenida Las Américas, Cayalá y Vista Hermosa en Ciudad de Guatemala, Delta Bárcenas en Villa Nueva, Plaza Minuto en Carretera a El Salvador e Interplaza en Escuintla. El concepto de Pérgolas Campero fue creado especialmente por la marca y durante este año se espera abrir nuevos espacios de pérgola en restaurantes de distintas áreas del país y también en El Salvador, en donde el proyecto se denomina "Terrazas Campero".

¡2021, SORPRÉNDEME!

Para estrenar este año con todo el Sabor Campero, llegan las nuevas y deliciosas torres de panqueques, con la receta exclusiva de Gold Medal que hace que sus panqueques sean únicos, esponjosos y suaves. Las ricas Torres de Panqueques están disponibles en el horario de desayuno y cena, en tres deliciosas combinaciones: Banano Caramelo, Nutella Banano y Oreo Chocolate.

Para el almuerzo y cena, llegan las riquísimas Hamburguesas Dobles: Clásica Doble con queso y Americana Doble, además de la nueva Hamburguesa Queso Jalapeño Doble con un toque de picante leve, todas elaboradas con los mejores y más frescos ingredientes, que harán de cada mordida una deliciosa experiencia.

Por último, ahora también se contará con una nueva alternativa de acompañamiento para los menús o Combos Campero: los nuevos Macarronix Campero. Ricos macarrones bañados en una deliciosa y cremosa salsa de queso.

"Iniciamos un nuevo año y queremos sorprender a todos nuestros consumidores con nuevos sabores y opciones llenas de Sabor Campero: Las deliciosas hamburguesas dobles con el doble de sabor, así como las deliciosas torres de panqueques, esta vez con nuevas y deliciosas combinaciones. Tampoco podría faltar un nuevo acompañamiento: los Macarronix Campero. Todos disponibles por tiempo limitado en nuestros canales de servicio en restaurantes, así como servicio a domicilio y a través de la APP Campero y WEB Campero.", explicó Juan Carlos Cifuentes, Gerente de Mercadeo de Pollo Campero.



PERIÓDICO
EL DIGITAL
www.eldigitalgt.com

