

“AQUÍ + FRESCOS”, UN MODERNO concepto de compras que llega a Estelí

Pollo Tip Top, la marca líder de Cargill en la que han confiado los hogares nicaragüenses por más de 60 años y la de mayor preferencia en el país, pone a disposición de los estelianos las novedosas tiendas Aquí + Frescos

Leer más en P-5



Edición No. 47

Managua, 12 de Julio 2022



Nestlé introduce al mercado nicaragüense una nueva versión del cereal Trix

Este delicioso cereal se incorpora al portafolio de productos de la categoría para brindar a las familias una nueva opción para el desayuno.

Leer en P-13

Holcim presenta nueva identidad y VISION DE NEGOCIO

para la construcción innovadora y sostenible de Nicaragua y Latinoamérica



Holcim lanza su nueva identidad corporativa en Latinoamérica y unifica todas sus marcas comerciales detrás de su propósito de construir progreso para las personas y el planeta.

Leer información completa en P-3



CEMEX Nicaragua realiza exitosa jornada de reforestación en San Rafael del Sur



Leer en P-9

Revista SUMMA reconoce a Claro como una empresa líder en innovación

Claro mantiene su proceso de innovación, modificando las generaciones desde 2G a la banda ancha 4.5G LTE, con la que los clientes obtienen acceso instantáneo a redes sociales con los “teléfonos inteligentes” o Smartphones.

Leer en P-4



Grupo Promerica afianza su compromiso con la sostenibilidad

Gracias a su trayectoria, el Grupo participa en la Semana de la Sostenibilidad del BID Invest, uno de los eventos más relevantes en el mundo.

El Grupo Promerica participó en la edición 21 de la Semana de la Sostenibilidad del BID Invest, área de inversión en el sector privado del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo que congrega a 47 países miembros alrededor del mundo.

La Gerente de Banca Sostenible de Banco Promerica en Costa Rica, Michelle Espinach asegura que la participación en este evento es sumamente importante porque refuerza el compromiso del Grupo con el desarrollo sostenible.

“Las acciones contundentes en sostenibilidad demuestran nuestro compromiso con ser agentes de cambio. Somos la primera entidad financiera que implementó una línea de créditos verdes para financiar proyectos sostenibles y amigables con el medioambiente; también, nos posicionamos como el primer banco de Centroamérica que emitió bonos sostenibles y somos firmantes fundadores de los principios de Banca Responsable de Naciones Unidas y de la Alianza Bancaria Net Zero. Estas acciones concretas nos posicionan como un referente de la sostenibilidad en la región”, destacó Espinach.

De esta manera, Grupo Promerica participa en el panel ¿Cómo puede apoyar el sector privado la transición hacia economías resi-



lientes y de cero emisiones netas? De igual forma, estuvo presente en el Webinar sobre medición de impacto, gracias a una innovadora herramienta que se diseñó para facilitar la medición de indicadores que demuestran la trascendencia de las acciones ejecutadas en rela-

ción con el impacto reflejado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

“BID Invest conoce la larga trayectoria que tenemos trabajando en sostenibilidad. Contamos con su asistencia técnica y fueron los garantes de nuestro Bono Soste-

nible, el primero que se llevó al mercado en la región”, explicó Espinach.

La Semana de la Sostenibilidad se lleva a cabo del 28 de junio al 1 de julio en Miami, Estados Unidos. El evento contó con más de 100 expositores mundiales.

Sobrevivientes de cáncer de mama y mujeres con hijos con discapacidad reciben talleres de arte terapéutico

Managua.-

La Fundación Ortiz Guardián (FOG) está llevando a cabo el programa “Arte terapéutico y reflexivo de mujeres con cáncer y/o en situación de vulnerabilidad”, a fin de promover el arte visual como herramienta de expresión emo-

cional, sensibilización e independencia económica de las mujeres participantes, beneficiando a 160 sobrevivientes de cáncer de mama y a mujeres con hijos con discapacidad de Los Pipitos.

La Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSU-



DE) y la FOG, ofrecen cuatro talleres: El primero de reconocimiento y reflexión personal, el segundo artístico, el tercero es para todas aquellas señoras emprendedoras y el último será una exposición de arte, donde podrán exhibir los trabajos realizados durante el tiempo de aprendizaje.

Llegan al Centro de Arte de la FOG/Banpro con entusiasmo a recibir sus clases, con el anhelo de alcanzar independencia económica y sacar adelante a su familia, a la vez le sirve de terapia para canalizar y transformar las emociones de los procesos de vida que han enfrentado con resiliencia”.



- Holcim lanza su nueva identidad corporativa en Latinoamérica y unifica todas sus marcas comerciales detrás de su propósito de construir progreso para las personas y el planeta.
- Este hito de transformación busca cumplir con la estrategia 2025 «Acelerar el Crecimiento Ecológico» que tiene como objetivo el crecimiento rentable de todos sus negocios, impulsado por la sostenibilidad y la innovación.
- Como prueba de su transformación, Holcim lanza ECOPlanet su gama global de cemento ecológico que ofrece hasta 50% menos de emisiones de CO2 garantizando el máximo desempeño.

Managua.-

Reforzando su liderazgo en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción, Holcim marca un hito en su historia al presentar su nueva identidad corporativa en Nicaragua y Latinoamérica y comprometerse a desempeñar un papel esencial para acelerar la transición de nuestro mundo hacia un futuro Net Zero e inclusivo.

Con un logotipo que se basa en un símbolo de infinito y Holcim en el centro conectando todas las dimensiones de la construcción, la compañía refleja una oferta holística, el compromiso con la construcción sostenible y una visión hacia la economía circular que va más allá del negocio tradicional.

La innovadora identidad de

Holcim presenta nueva identidad y VISION DE NEGOCIO

para la construcción innovadora y sostenible de Nicaragua y Latinoamérica

Holcim es más que un cambio de imagen, refleja la esencia de la empresa, transmite quién es hoy y hacia dónde se dirige, inspirándose en la gente que está construyendo los cimientos, la infraestructura y las obras de nuestro mundo para impulsar un futuro más sostenible.

Este nuevo capítulo en la empresa responde a la estrategia 2025 «Acelerar el Crecimiento Ecológico», la cual tiene cuatro pilares: acelerar el crecimiento, ampliar soluciones y productos, liderar la sostenibilidad y la innovación, y lograr un desempeño superior.

Es así como Holcim activará la expansión de su negocio de Soluciones y Productos para alcanzar el 30% de las ventas del Grupo, posicionando a la empresa en los segmentos más atractivos de la cadena de valor de la construcción, desafiando los límites de la digitalización e innovación para respaldar su visión.

Oliver Osswald, Región Head de Holcim LATAM, comenta, «El día de hoy marca un hito para nuestra empresa en nuestra transformación para convertirnos en el líder mundial en soluciones innovadoras y sostenibles para la construcción en Latinoamérica. Nuestro mundo está cambiando de muchas maneras, con el crecimiento de la población, la urbanización y el desafío climático, estamos decididos a desempeñar nuestro papel para acelerar la construcción circular y con bajas emisiones de carbono.

Nuestra nueva identidad es una clara señal de que estamos plena-



mente comprometidos con la construcción del progreso para las personas y el planeta».

De esta forma, Holcim se transforma en una empresa Net Zero, al aplicar su estrategia en torno a la sostenibilidad e impulsar la economía circular, como líder mundial en reciclaje para construir más con menos. Una muestra de ello es el lanzamiento de la nueva línea de cementos innovadores ECOPlanet.

El cemento ECOPlanet ofrece hasta un 50% menos de emisiones de CO2 garantizando el máximo desempeño y se suma al portafolio líder de soluciones de construcción ecológica de Holcim.

Marcelo Arrieta, CEO Holcim Nicaragua detalló que «ECOPlanet es la gama más amplia de cemento ecológico en el mundo, que ofrece ventajas circulares y de bajas emisiones de carbono garantizando el

máximo desempeño, el cual está compuesto por materias primas innovadoras de bajas emisiones, como la arcilla calcinada y los residuos de construcción y demolición reciclados en su interior, haciéndolo el primero en su tipo. Además, cuenta con la descarbonización en su proceso de producción liderado por el uso de combustibles alternativos. Mediante estas acciones, damos pasos firmes en nuestra estrategia 2025, acelerando de forma contundente el crecimiento ecológico».

El lanzamiento de la nueva identidad de Holcim es reflejo de la profunda transformación de la empresa y refuerza su objetivo de hacer que las ciudades sean más verdes y las infraestructuras más inteligentes para mejorar el nivel de vida de las personas en todo el mundo.

Revista SUMMA reconoce a Claro como una empresa líder en innovación

Claro mantiene su proceso de innovación, modificando las generaciones desde 2G a la banda ancha 4.5G LTE, con la que los clientes obtienen acceso instantáneo a redes sociales con los “teléfonos inteligentes” o Smartphones.

Managua.-

La empresa líder en telecomunicaciones, Claro Nicaragua, se posiciona como una de las compañías pioneras en temas de innovación y transformación digital para sus clientes. Es por esto que la revista SUMMA, principal grupo editorial de revistas de América Central y el Caribe, en el sector de negocios, otorgó a Claro por segundo año consecutivo, un reconocimiento para distinguir su crecimiento en temas de integración tecnológica.

Dentro de los parámetros de evaluación, la revista destaca elementos como la participación integral y la transformación de ideas para la mejora continua, así como el compromiso de Claro por desarrollar soluciones disruptivas, eficientes y con mercado para su colocación. Por otro lado, SUMMA distingue a Claro como una compañía creativa y líder en pensamiento diverso; elementos que validan su reconocimiento.

“Formar parte de una empresa innovadora representa un compromiso que nos impulsa a implementar nuevas y mejores tecnologías, manteniendo la calidad en cada uno de nuestros servicios. A su vez, nos sentimos orgullosos por ser una empresa que aporta al crecimiento económico, social y digital de

nuestro país”, expresó Gilda Tinoco, gerente de comunicación corporativa y responsabilidad social empresarial de Claro Nicaragua.

Evolución tecnológica

Claro mantiene su proceso de innovación, modificando las generaciones desde 2G a la banda ancha 4.5G LTE, con la que los clientes obtienen acceso instantáneo a redes sociales con los “teléfonos inteligentes” o Smartphones. Además, gracias a estas actualizaciones, los clientes navegan en servicios multimedia y de realidad aumentada como las videollamadas, transmisiones en directo y el streaming, equivalentes al internet de las cosas, hogares y trabajos inteligentes.

A su vez, Claro se prepara para la navegación 5G a fin de mejorar la conectividad y reducir considerablemente el tiempo de latencia. La mayor parte de las zonas urbanas se conectará entre sí, en menos de 5 milisegundos, tiempo casi imperceptible para las personas.

Acciones en innovación

Dentro de los pilares de innovación tecnológica, Claro apuesta por programas como Robótica, en los que apoya competencias en temas de programación y automatización, de cara a los nuevos retos del mundo laboral y educativo. De la misma manera, trabaja en temas



de realidad virtual e inteligencia de las cosas (IoT), esto con el objetivo de aportar a la transformación, en una era cada vez más digitalizada.

También, la empresa despliega acciones que inciden en los sectores educativos y la transformación positiva de la tecnología. Entre estas se encuentra el programa “Posteá Seguro” que tiene como finalidad crear conciencia en la niñez e implementar el uso responsable de la navegación web, redes sociales

y su implementación en los procesos de aprendizaje.

Asimismo, promueve plataformas de formación gratuita, entre estas: Aprende.org que presenta un amplio catálogo de talleres, cursos y capacitaciones en temas de cultura, psicología, literatura, expresión oral, ciencia, tecnología y demás contenidos certificados, mismos que pueden ser tomados por el público general (estudiantes y profesionales), en dependencia de su interés.

Ya está disponible “Reputación Dudosa”, la serie original de Claro Video



REPUTACIÓN DUDOSA está protagonizada por **Marcus Ornellas, Claudia Álvarez, Marcela Guirado, Grettell Valdez y Sara Corrales.**

Desde el pasado 30 de junio, los usuarios de Claro Video disfrutaron de una comedia de humor, gracias al estreno de la serie exclusiva “Reputación Dudosa”, que relata la muerte repentina e inexplicable de un empresario, así como la investigación a cargo de una de las mejores detectives de la policía, quien fue su amante.

“Reputación Dudosa” nos presenta a Luis Arturo, interpretado por Marcus Ornellas y a las mujeres que forman parte de su mundo, quienes tienen razones para odiarlo y desearle la muerte: la esposa (Claudia Álvarez), tres amantes (Grettell Valdez, Sara Corrales, Luz Ramos), la mamá (Verónica Langer), la detective (Marcela Guirado) y la directora de su la-

boratorio farmacéutico (Itahisa Machado). También cuenta con la participación especial de Susana Zavaleta como una forense.

“Estamos contentos de compartir esta propuesta con los nicaragüenses. Les invitamos a descargar la app Claro Video y disfrutar de los episodios cargados de humor, adrenalina y entretenimiento, solo por ser cliente Claro”, indicó Gilda Tinoco, gerente de comunicación corporativa y responsabilidad social empresarial de Claro Nicaragua.

Reputación Dudosa, está disponible en Claro Video y podés disfrutarla ingresando a www.clarovideo.com desde cualquier navegador web o bien, descargando la App Claro Video, en la tienda digital de tu preferencia.



“AQUÍ + FRESCOS”, UN MODERNO concepto de compras que llega a Estelí

La nueva tienda Aquí + Frescos Estelí, ubicada 1 cuadra al oeste de los semáforos de Enabas, cuenta con los procesos de calidad e inocuidad requeridos, así como los procedimientos sanitarios y de bioseguridad que permiten una compra segura.

Managua.-

Pollo Tip Top, la marca líder de Cargill en la que han confiado los hogares nicaragüenses por más de 60 años y la de mayor preferencia en el país, pone a disposición de los estelianos las novedosas tiendas Aquí + Frescos, un concepto moderno y práctico de compras que permite a los consumidores adquirir los productos de manera más ágil y segura.

“Hemos creado un centro de experiencia conveniente para la compra del pollo más fresco que puede haber desde la granja hasta la mesa de los hogares nicaragüenses. Los consumidores podrán encontrar productos de recientes lanzamientos, así como alimentos complementarios para la elaboración de

los platillos más sabrosos que sorprenden a la familia”, refirió Enrique Fernández, Gerente de Mercadeo Regional.

La nueva tienda Aquí + Frescos Estelí, ubicada 1 cuadra al oeste de los semáforos de Enabas, cuenta con los procesos de calidad e inocuidad requeridos, así como los procedimientos sanitarios y de bioseguridad que permiten una compra segura. El horario de atención es de lunes a viernes de



8:00 a.m. a 7:00 p.m., sábados de 8:00 a.m. a 4:00 p.m. y domingos de 8:00 a.m. a 12:00 m.d.

Otras ubicaciones disponibles de las tiendas Aquí + Frescos son:

- Uniplaza Las Colinas: 1ra entrada Las Colinas 3 c. al este, mano izquierda.
- KM 17 carretera Masaya, frente a planta industrial Tip-Top.
- KM 10½ carretera Sur, en Plaza 10 y Medio.

Aquí + Frescos ofrece a sus clientes y consumidores los siguientes productos:

- Pollo Tip Top, Embutidos Deli-

cia y Kimby.

- Tortas, palitos, medallones, dedos y alitas.
- Carne de Res, de cerdo y mariscos.
- Lácteos, huevos, abarrotería, refrescos y jugos.

Para pedidos está disponible la línea de WhatsApp 5757-4414, otra opción es descargando la aplicación digital en Google Play Store: <https://bit.ly/30QiRah>. Además, pueden seguir la página de Facebook @AquiFrescos para conocer más de los productos y promociones.

Compras de Walmart a pymes nicaragüenses crecen 141 % en el primer semestre del año

Managua.-

Rosquillas Vílchez, de Somoto, y Tacos Lory, de Granada, son parte de las 62 pequeñas y medianas empresas (pymes) nacionales proveedoras de Walmart en Nicaragua y que están experimentando un crecimiento vertiginoso este año. Entre enero y junio, las compras de la compañía a estas dos empresas son, en promedio, un 200 % más con respecto al 2021.

“Desde el 2007, Walmart de México y Centroamérica implementa el programa Una Mano para Crecer como parte de su estrategia de Valor Compartido, a fin de apoyar a los fabricantes locales para generar desarrollo en las comunidades donde operamos”, destacó María Marta Rodríguez, Coordinadora de Asuntos Corporativos de Walmart Nicaragua.

El año pasado, las pymes manufactureras nicaragüenses registraron un crecimiento en la facturación con Walmart de un 15 % en comparación al 2020, totalizando 4.53 millones de dólares. Durante este 2022, las compras de Walmart a estas ya ascienden los 2.3 millones de dólares, equivalente a un 141 % de crecimiento en este primer semestre del año.

“Walmart, a través de sus programas Una Mano para Crecer y Tierra Fértil, brinda múltiples ventajas a las pymes manufactureras y los productores agrícolas proveedores. Acceso a un mercado seguro



y creciente, capacitación técnica, pronto pago, acceso a la Oficina del Mediador, acompañamiento y enlace con todas las áreas de la compañía, entre muchos otros, son los beneficios que se les otorgan”, anunció Rodríguez.

Las pymes en conjunto ofrecen productos divididos en alimentos tales como: yogurts, quesos, salsas, conservas y encurtidos, así como artículos de cuidado personal, limpieza del hogar y cuidado de la mascota.

A esos se suman mercancías generales tales como velas, productos para decoración, muebles, librería y productos textiles como ropa para dama, accesorios para caballeros, entre otros, y la gama sigue aumentando conforme las pymes diversifican y buscan conquistar nuevos nichos.

“Este 27 de junio, cuando se conmemoró el Día Internacional de las micro, pequeñas y medianas empresas, reconocemos el arduo trabajo que realizan para llevar

productos de calidad y diversidad a todas las familias nicaragüenses, y a la vez, ratificamos nuestro compromiso de seguirlos apoyando para que mantengan activas sus operaciones”, dijo Rodríguez.

A nivel regional, Walmart Centroamérica mantiene relaciones comerciales con 1,086 proveedores pymes beneficiando a más de 24,300 familias y generando más de 19,300 empleos directos. Un 20 % de esas pymes son lideradas por mujeres.



CONDOR GOLD IMPARTE CHARLAS

sobre prevención de accidentes a mineros artesanales del distrito minero La India

En ocasión de celebrarse el 1 de julio el Día Nacional de las Trabajadoras y Trabajadores Mineros en Nicaragua, Condor Gold, empresa dedicada a la exploración y producción de oro, impartió una serie de charlas sobre seguridad, prevención de accidentes y buenas prácticas de sostenimiento de las labores de minería, dirigidas a mineros artesanales que operan en el distrito minero La India, en el departamento de León.

Unos 200 mineros artesanales participaron en las charlas impartidas por expertos en el tema, las cuales estuvieron a cargo del Ing. Aldo Miranda, técnico social a cargo del programa de Apoyo a la Minería Artesanal que ejecuta Condor Gold en la zona y la gerente de higiene y seguridad ocupacional de Condor Gold, ingeniera Silvia Pérez.

Como parte de las actividades de celebración del Día Nacional de las Trabajadoras y Trabajadores Mineros se organizaron concursos donde los participantes pusieron en práctica los conocimientos adquiridos en las charlas.

Además, Condor Gold que ejecuta el Proyecto Mina La India en el municipio de Santa Rosa del Peñón, departamento de León, promovió actividades recreativas que permitieron mayor integración y relacionamiento entre los mineros artesanales de la zona con los colaboradores de la empresa.

Como parte del Programa de Apoyo a la Minería Artesanal, Condor Gold realiza charlas, foros y otros tipos de actividades sobre el tema de la seguridad e higiene



en el trabajo orientadas a promover las buenas prácticas de minería en protección de la salud, seguridad en el trabajo, preservación del medio ambiente y el cumplimiento de las normas y directrices orientadas por las diferentes instancias oficiales para el desarrollo de una minería sostenible en Nicaragua.

En este año 2022 se han impartido 12 charlas con la participación de más de 400 mineros, entre hombres y mujeres, en los diversos sitios de extracción de mineral ubicados en el distrito minero La India.

“Condor Gold reconoce y trabaja de la mano con los mineros artesanales de la zona fortaleciendo sus conocimientos y contribuyendo de este modo a la reducción de accidentes en las labores mineras”, expresó la licenciada Levinia Sequeira, Gerente de Desarrollo e Inversión Comunitaria de Condor Gold.

Sequeira informó que los mineros artesanales que operan en la zona de incidencia del Proyecto Mina La India también son beneficiados a través del Programa de Formación Comunitaria que está ejecutando Condor Gold para capacitar y tecnificar a pobladores de ese distrito minero a fin de que puedan trabajar en la construcción y operación de la nueva mina de Nicaragua.

Condor Gold es una empresa de origen británico de exploración y producción de oro, que invertirá en la construcción de la nueva mina de Nicaragua con el desarrollo del Proyecto Mina La India, donde se tiene prevista una producción anual de 75,000 onzas de oro, convirtiéndola en la segunda mina más grande del país.

Exitoso Reciclato y Feria Go Eco de Tigo Nicaragua para clientes y colaboradores

Al evento asistieron clientes para donar sus residuos reciclables y colaboradores que además de donar residuos participaron en una feria para conocer las diferentes iniciativas de los aliados del programa ambiental de Tigo Go eco

Managua.-

Tigo Nicaragua en alianza con la Asociación de padres y madres de niños con discapacidad “Los Pipitos”, Reserva Natura y Hanter Metals realizaron el Reciclato y Feria Go Eco el pasado viernes 24 de junio, donde recolectaron residuos reciclables y compartieron el impacto ambiental y social que impulsan estas organizaciones

Tigo Nicaragua con el fin de incentivar la cultura de reciclaje invitó a sus clientes y colaboradores a sumarse al Reciclato, logrando recolectar residuos varios (cartón, papel, botellas de plástico, vidrio y electrónicos), que a través de Los Pipitos, serán convertidos en ingresos económicos para el sostenimiento de sus diferentes programas, uniendo así la conciencia ambiental con la inclusión.

Además, los colaboradores de Tigo participaron de una Feria donde conocieron sobre la labor que realizan “Los Pipitos” entorno a la inclusión y atención a la niñez con discapacidad y sus familias, con Hanter Metals la importancia de reciclar los residuos eléctricos y electrónicos y con Reserva Natura la relevancia



que tiene proteger y cuidar los bosques como fuente vida. En la Feria además, hubo derroche de cultura a través del arte y la danza, donde se desarrollaron talleres, exposiciones y bailes liderados por jóvenes con discapacidad promoviendo un espacio de inter-

cambio inclusivo y de concientización

En las actividades participaron los Voluntarios Acción, quienes apoyaron en la organización, logística y guía de los visitantes, donando horas de trabajo como reflejo del compromiso individual de los

colaboradores de Tigo por impactar positivamente a la sociedad.

El programa GO ECO impulsa la sostenibilidad en sus actividades y apuesta por conectar a sus clientes y colaboradores con una cultura de reciclaje, a favor del medioambiente y la inclusión.





CEMEX Nicaragua realiza exitosa jornada de reforestación en San Rafael del Sur

Esta actividad se desarrolla en el marco de la estrategia global de CEMEX, Futuro en Acción que se enfoca en reducir la huella de carbono de sus operaciones y productos

Managua.-

CEMEX Nicaragua realizó recientemente una exitosa jornada de reforestación en la comunidad San Pablo del municipio de San Rafael del Sur donde participaron alrededor de un centenar de personas, entre ellos aliados estratégicos, voluntarios, líderes locales y habitantes de diferentes comunidades, quienes sembraron al menos mil árboles entre frutales y forestales.

Evangelina del Socorro López Dávila, gerente de Gestión de Aseguramiento de la Calidad y Medio Ambiente de CEMEX Nicaragua, destacó que esta actividad forma parte de la estrategia forestal de la compañía y de su enfoque global Futuro en Acción.

“Esta iniciativa forestal inició en 2013, desde entonces hemos recuperado más de 236 hectáreas de plantaciones forestales, principalmente nativas. La preservación de estas plantaciones contribuye a absorber el CO2 que genera nuestro proceso productivo.”, destacó López. Asimismo, invitó a que todos por igual tomemos acciones urgentes frente al cambio climático.

Durante la jornada, Sergio Murillo, presidente de la Cámara Minera de Nicaragua (Caminic), resaltó que el sector minero del país



está ejecutando una estrategia de minería moderna, ambiental y sostenible. “Esto significa que nuestras empresas socias están desarrollando programas sostenibles que integran a la comunidad, uno de los recursos más importantes para que este tipo de actividades sean exitosas”, explicó.

A la actividad asistieron los socios de Caminic como Agrenic, Proinco, así como mujeres integrantes del Programa Anspac, voluntarios de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), jóvenes del proyecto Cicfa y habitantes del municipio.

La estrategia global Futuro en

Acción de CEMEX Nicaragua se enfoca en reducir la huella de carbono de sus operaciones y productos para alcanzar el objetivo de ser una compañía carbono neutral. Como empresa líder en soluciones de construcción, la acción climática ha sido una prioridad para CEMEX durante muchos años.

Falso sorteo de productos devueltos de Mercado Libre circula en WhatsApp

ESET Latinoamérica, alerta sobre una campaña fraudulenta que circula vía WhatsApp e intenta engañar a usuarios haciendo creer que Mercado Libre está sorteando 10.000 productos que fueron devueltos.

Desde el Laboratorio de Investigación de ESET, se analizó una nueva campaña fraudulenta que circula vía WhatsApp en la que se suplanta la identidad de Mercado Libre intentando convencer a potenciales víctimas que la compañía está sorteando productos que han sido devueltos.

El engaño llega a las víctimas a través de un mensaje que muchas veces es enviado por un contacto conocido, algo común en los engaños que se distribuyen a través de WhatsApp. En este caso se hace referencia a un supuesto sorteo que realiza Mercado Libre de productos que fueron devueltos. Además, incluye un enlace oculto por un acortador que lleva a la potencial víctima a un sitio fraudulento que simula ser el sitio oficial de la popular plataforma de compra y venta de artículos.

Una vez dentro del sitio se observa una estructura similar a la de otras campañas fraudulentas reportadas previamente por ESET, como el engaño que suplantaba la identidad de la cadena de supermercados Costco. El diseño del sitio falso utiliza elementos como el logo y los colores oficiales para que parezca real. Además, para generar confianza, incluye un cuestionario para que el usuario opine sobre la compañía y comentarios falsos de supuestos ganadores.

Luego de responder las preguntas, el sitio le presenta a la víctima

otro sorteo, muy alejado de los supuestos productos devueltos. En este, el usuario tiene 3 posibilidades para encontrar el falso premio que, independientemente de lo que se seleccione, siempre lo encuentra. Estos premios suelen ser de alto valor, como un smartphone último modelo o dinero en efectivo.

Para reclamar el supuesto premio, sin embargo, la víctima debe realizar una acción crucial para este engaño: difundir entre sus contactos de WhatsApp esta falsa oportunidad. Esto permite que la campaña tenga en poco tiempo un alto alcance y sin necesidad de que el cibercriminal intervenga. También es la razón por la que el mensaje inicial llega a la víctima de un contacto conocido.

Sin embargo, y luego de anunciar el supuesto premio, la víctima es redirigida a otro sitio que utiliza técnicas de ataques conocidos como scareware con el objetivo de hacerle creer que su dispositivo está desactualizado y en peligro. Además, el engaño recomienda descargar una aplicación en los próximos minutos para intentar despertar la sensación de urgencia y que el usuario no dude en instalar la aplicación desconocida.

En esta instancia, ya no se hace mención al sorteo o regalo para que la víctima. Esto debería ser suficiente para la víctima note que hay algo sospechoso y decida no continuar interactuando con el sitio. Sin



embargo, parte de la estrategia en este tipo de fraudes es tratar de lograr que la víctima se “olvide” por un momento del supuesto premio y para ello utilizan cuestionarios, botones o comentarios que de nada sirven.

Si bien el enlace para descargar la falsa actualización se encuentra dado de baja al momento, desde ESET afirman que el dominio utilizado aloja otros sitios maliciosos que suplantan la identidad de otras compañías, todos con un objetivo similar: desplegar publicidad fraudulenta, recolectar información personal, o incluso descargar malware.

“Lamentablemente, las campañas maliciosas intentando suplantar la identidad de plataformas de comercio electrónico mediante sitios falsos son frecuentes. Según datos de los sistemas de telemetría de ESET, la temática ecommerce fue la tercera más utilizada para sitios de phishing durante el último trimestre de 2021 con un 9.8% de los mismos, una tendencia que sigue en crecimiento durante este año también”, comenta Camilo Gutiérrez Amaya, jefe del Laboratorio de Investigación de ESET Latinoamérica.

Desde ESET, comparten las siguientes recomendaciones para de-

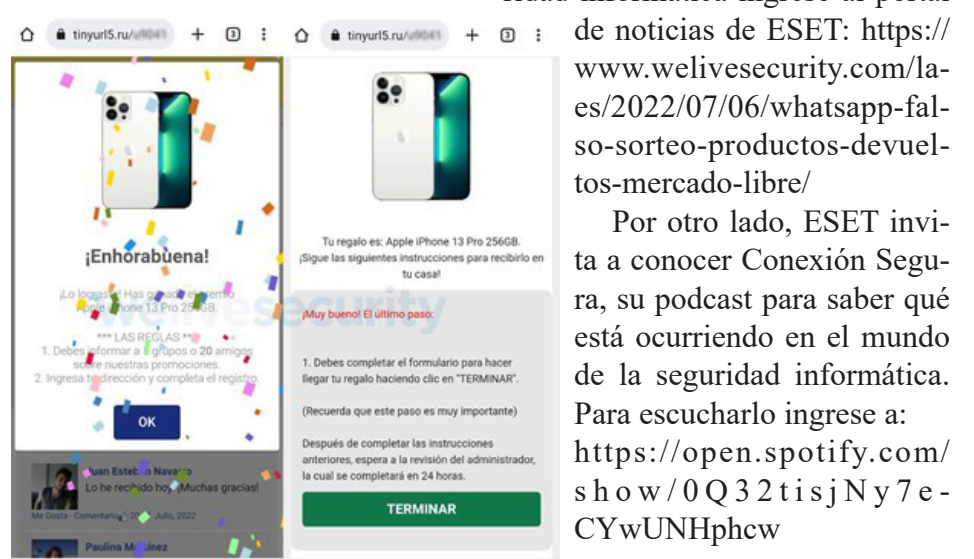
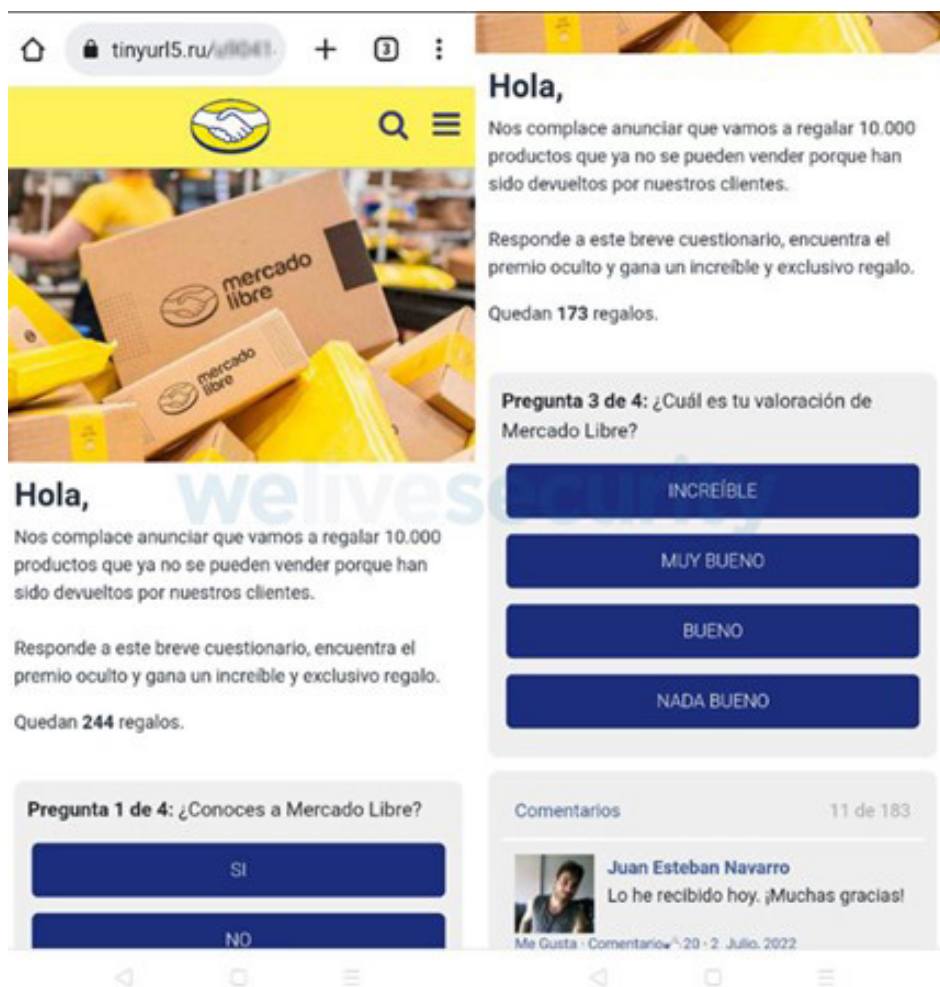
tectar y evitar este tipo de engaños:

- Desconfiar de cualquier comunicación que ofrezca regalos, beneficios o dinero en grandes cantidades, y sin ninguna condición asociada. Esto suele ser una excusa para llamar la atención de las víctimas
- Verificar el enlace del sitio y su relación con la compañía de la cual dice ser, aún si el sitio cuenta con los colores y logo oficial. En este caso, el dominio no guardaba relación con el oficial de Mercado Libre, lo cual debería ser la primera señal de alerta para no ingresar.
- Ignorar mensajes que adviertan sobre la infección con malware o falta de actualizaciones en el dispositivo siempre que no provengan del propio dispositivo o de una solución de seguridad. Este tipo de mensajes suelen mostrarse en el navegador y están diseñados para alarmar al usuario y convencerlo de que ingrese a un sitio sospechoso o descargue software malicioso.
- Contar con una solución de seguridad robusta instalada en el dispositivo, para evitar infecciones y bloquear posibles comunicaciones de phishing y spam.

Para conocer más sobre seguridad informática ingrese al portal

de noticias de ESET: <https://www.welivesecurity.com/la-es/2022/07/06/whatsapp-falso-sorteo-productos-devueltos-mercado-libre/>

Por otro lado, ESET invita a conocer Conexión Segura, su podcast para saber qué está ocurriendo en el mundo de la seguridad informática. Para escucharlo ingrese a: <https://open.spotify.com/show/0Q32tisjNy7e-CYwUNHphcw>



Forland llega a Nicaragua con resistencia para lo que sea

- **Marca de camiones que a nivel global es número uno: en Asia y Sudamérica tienen una amplia variedad de modelos para todo tipo de necesidad.**
- **Forland da inicio de sus operaciones en Centroamérica, pero el primer país de lanzamiento es Nicaragua.**

Managua.-

Forland, la marca de camiones número uno en China llega a Nicaragua a través de Active Motors, con el respaldo de Grupo Q, para satisfacer la demanda de empresas, emprendedores y sectores productivos del país.

La prestigiosa marca, que a nivel global es la líder en Asia y Sudamérica, inicia su incursión al mercado nacional este 24 de junio, ofreciendo seis modelos adaptados a distintas necesidades: F100, F200, F200 Pro, F3500, F4500 y F6000.

Con capacidades desde los 750kg hasta las 6 toneladas, los camiones Forland vienen a demostrar su resistencia para lo que sea, cubriendo así a sectores como la minería, construcción, ingenios azucareros, pipas de agua, entre otros.

Esta marca que cuenta con más de 100 millones de vehículos vendidos, además, está generando empleo para más de 50 personas.

Sobre cada modelo:

- El F100 (750kg) es pequeño, para uso en comercio de frutas y verduras, transporte de artículos ligeros, para transporte de materiales de comunicaciones y necesidades diarias.
- El F200 (1.5ton) es ligero, para uso en comercio de frutas y ver-



duras, transporte de personas, para transporte de materiales de construcción livianos y necesidades diarias.

- El F200 Pro (2 ton) es ligero, para uso en comercio de frutas y verduras, transporte de personas, para transporte de materiales de construcción livianos, transporte de bebidas y necesidades diarias.
- El F3500 (3.5 ton) es para transporte de materiales de construcción, transporte de bebidas, pequeña industria agrícola y necesidades diarias.
- El F4500 (4.5 ton) es para transporte de materiales de construcción, transporte de bebidas, empresas logísticas, industria mediana, agricultura y necesidades diarias.
- El F6000 (6 ton) es para transporte de materiales de construcción, transporte de bebidas,



transporte de agua, empresas logísticas, agricultura y necesidades diarias.

Con opciones de financiamiento

Para la adquisición de estos camiones habrá disponibilidad de financiamiento con condiciones exclusivas de CrediQ, y además ofrece la prima en prendario des-

de 10% y la prima en leasing desde 0%, hasta con 96 meses de plazo.

Forland ha sido galardonada con una serie de títulos como: '10 Billion Project', '10 Iconic Project', Empresa ejemplar en la maquinaria de origen chino', Empresa con alta rentabilidad" y "Empresa con productos de calidad sobresaliente".





En el contexto por el Día del Padre

Conoce los 4 nutrientes más importantes para los hombres

Por: Susan Bowerman, M.S., RD, CSSD, CSOWM, FAND – directora sénior de nutrición de Herbalife Nutrition.-

Al hablar de la salud y la nutrición de los padres de familia y en general de los hombres hay varios factores que entran en juego. Ya que los hombres tienden a quemar calorías mucho más rápido que las mujeres, puede ser tentador pensar que mientras un hombre no tenga sobrepeso, todo está bien. Sin embargo, el peso corporal es solo una parte del panorama y no debe ser la única referencia para medir la salud.

En esta guía, Susan Bowerman – directora de nutrición de Herbalife Nutrition, comparte una lista de los nutrientes que los hombres necesitan para lograr una mejor salud y bienestar.

- **Fibra:** La mayoría de los hombres solo consume la mitad de

los 38 g de fibra que requieren cada día. Los alimentos altos en fibra te ayudan a sentirte satisfecho, lo que te ayudará a mantener el peso bajo control. La fibra soluble también ayuda a disminuir los niveles de colesterol, y así proteger tu corazón. Pon especial atención en estos alimentos saludables para el corazón y altos en fibra, como:

- o Frijoles
- o Frutas (moras y ciruelas)
- o Vegetales (brócoli y zanahorias)
- o Granos integrales (avena y cebada)
- **Magnesio:** El magnesio es un mineral importante para literalmente cientos de funciones en el cuerpo. Al consumir suplementos o más alimentos ricos en magnesio, puedes mejorar la salud ósea y cardiovascular. Podemos encontrarlo en los vegetales

de hojas verdes, las nueces y los granos integrales.

- **Potasio:** Muchos hombres no consumen suficiente potasio, que es importante para el correcto funcionamiento de los nervios, el corazón y los músculos. Este mineral promueve la presión arterial saludable y abunda en las frutas, vegetales y productos lácteos. Estos son algunos de los alimentos recomendados ricos en potasio:
 - o Melones
 - o Tomates
 - o Aguacates
 - o Bananas
 - o Frijoles
 - o Vegetales verdes
- **Vitamina D:** Por último, procura consumir más vitamina D, que ayuda a fortalecer los huesos y el sistema inmune. La vitamina D se encuentra en productos lácteos fortificados, pescados gra-

dos, yemas de huevo y mariscos. Exponerse brevemente al sol un par de veces a la semana es otra forma de obtener vitamina D. Busca mariscos bajos en grasas y calorías, pero ricos en ácidos grasos Omega-3, que son saludables para el corazón. Debes incluirlos en tu menú al menos un par de veces a la semana.

Recuerda que además debes combinar una alimentación equilibrada con la práctica de ejercicios físicos. Se recomienda realizar aproximadamente 150 minutos de actividad física de moderada a intensa por semana, que quiere decir unos 30 minutos por día, 5 días por semana.

***Fuente:** Susan Bowerman, M.S., RD, CSSD, CSOWM, FAND – directora sénior de nutrición de Herbalife Nutrition.

Nestlé introduce al mercado nicaragüense UNA NUEVA VERSIÓN DEL CEREAL TRIIX

Managua.-

Nestlé, empresa líder en nutrición, salud y bienestar, anunció la llegada a los hogares nicaragüenses una nueva versión del divertido cereal Triix, que además de sus formas de conejitos, su delicioso sabor y la incorporación de malvas viscosas, es fuente de calcio y vitaminas del complejo B.

Este delicioso cereal se incorpora al portafolio de productos de la categoría para brindar a las familias una nueva opción para el desayuno que aporte sabor, diversión y nutrición a sus mañanas.

Según el Panel de Hogares de Kantar WorldPanel, agencia especializada en investigación de mercado, 94% de los centroamericanos consumen cereales para el desayuno. “Con esta nueva versión de los cereales Triix, buscamos adaptarnos a las necesidades de nuestros consumidores y estamos convencidos que podrán disfrutar de un delicioso sabor, con el beneficio de consumir un cereal con grano integral como principal ingrediente y fortificado con 8 vitaminas y minerales”, expresó Mildred Orellana, Gerente de Marcas regional de Cereales para el Desayuno Nestlé.

Una nueva aventura de sabor para el desayuno

Los desayunos, además de energéticos, deben cumplir un rol clave en el rendimiento y el desarrollo de los pequeños. Iniciar el día con una comida completa, divertida y con un delicioso sabor, es el primer



paso hacia un gran día.

“Al estar hecho con cereal integral, el nuevo Triix Conejitos con Marshmallows ofrece una mayor sensación de saciedad y energía. Una porción adecuada de cereal, junto con una porción de lácteos,

proteína y fruta, es una alternativa para un desayuno divertido y balanceado para toda la familia”, mencionó Patricia Vial, Experta en Nutrición, Salud y Bienestar en Nestlé Centroamérica.

El nuevo Triix Conejitos con

Marshmallows de Nestlé cuenta además con un empaque 100% reciclable, pues tanto la caja como la bolsa interna están diseñadas para ser recicladas. Esta es una iniciativa de marca que busca transformar los hábitos de las personas, siendo parte de la solución conjunta que llevará al mundo hacia un futuro sostenible.

“Queremos que nuestros consumidores se sumen y contribuyan a la gestión ambiental. Invitamos a ver el reverso de la caja del nuevo Triix Conejitos con Marshmallows. Allí encontrarás un divertido juego para aprender a reciclar en familia”, expresó María Verónica Rosales, Gerente de Marca de Cereales para el Desayuno Nestlé Nicaragua.

El cereal Triix Conejitos con Marshmallows ya se encuentra en los principales supermercados del país en presentación de 300 gramos. Con esta nueva versión de Triix, Nestlé reafirma su compromiso en desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones. Conoce más sobre los Cereales Nestlé en Instagram @cerealesnestlecam.





Pymes crean sus tiendas en línea con apoyo de BAC Credomatic

Managua.-

BAC Credomatic, como parte de su iniciativa de Neto Positivo, brindó un diplomado en comercio electrónico a representantes de pequeños y medianos comercios, quienes pudieron crear una tienda en línea desde cero, que les permita lograr un mayor número de clientes, extender la comercialización de sus productos e incrementar su facturación.

“Para BAC Credomatic es muy importante que los pequeños y medianos comercios crezcan, porque a

medida que ellos lo hacen, nos fortalecemos todos. Los pequeños negocios son la base de la economía y el desarrollo de Nicaragua y creemos que es nuestro compromiso impulsarlas”, expresó Alba Aguirre, Jefa de Sostenibilidad y Comunicación de BAC Credomatic.

El diplomado que llevó por nombre “Tu tienda online de cero a cien” lo impartió Marla Reyes, consultora en marketing y comunicación digital. Y los participantes son representantes de diferentes sectores económicos como: gastro-

nomía, joyería, repuestos automotrices, ropa, entre otros.

Reyes explicó que en cuatro sesiones los asistentes aprendieron todo acerca de las herramientas y estrategias necesarias para crear su tienda. “El comercio electrónico en Nicaragua está creciendo y es vital que los negocios se adapten a las nuevas oportunidades que brinda el mundo online; además con las herramientas que brinda BAC Credomatic para facilitar la compra a los consumidores y clientes, es posible”, indicó Reyes.

El diplomado tuvo una primera fase con la realización de una charla impartida por la argentina, Mila Algelt, creadora de contenido digital, quien compartió estrategias y herramientas para iniciarse en el E-commerce.

“Tenemos el compromiso de generar un valor más allá de lo que tomamos de la comunidad, por lo tanto, nuestro enfoque de trabajo debe ser siempre desarrollar a toda nuestra cadena de valor. Esto es parte de nuestra cultura corporativa”, puntualizó Aguirre.

BAC Credomatic conmemora Día Nacional del Árbol

En el marco de la celebración del Día Nacional del Árbol, BAC Credomatic ha entregado un árbol a los clientes que adquieren un crédito de auto con el fin de compensar las emisiones que se generaran con su circulación.

Esta acción permitirá involucrar a los clientes con un rol activo en el cuidado del medio ambiente y e incentivarlos a continuar siendo ciudadanos respetuosos con la naturaleza y el entorno.

“En BAC Credomatic creemos en la importancia de que nuestros productos tengan además de un valor financiero, un valor ambiental positivo, por eso impulsamos este

tipo de acciones que también involucran a nuestros clientes, y que construyen la ruta a seguir para convertirnos en un Banco Neto Positivo”, comentó Alba Aguirre, Jefa de Sostenibilidad y Comunicación.

Como parte de sus iniciativas de carbono positivo, se entregaron 100 árboles de limón en las oficinas de banca de crédito prendario ubicadas en la sucursal de BAC Credomatic frente a La Lotería, para que los clientes los siembren y generen un impacto ambiental positivo.

Plantar árboles es conservar la esperanza de una vida mejor. Un solo árbol absorbe aproximadamente entre 10kg y 30 Kg de CO2



al año. Y un limonero captura al año 22,6 kilos de CO2, convirtiéndolo en el árbol que consigue fijar valores más altos de CO2 de entre todos los cítricos y especies arbóreas, ayudando así a combatir el cambio climático.

“Además, al ser un árbol frutal, es considerado un auténtico tesoro nutricional para la salud. Es curativo por excelencia y aporta vitaminas al organismo; esto ha influido para que sea recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS)”, destacó Aguirre.

BAC Credomatic se convirtió en el primer grupo financiero de la región en adherirse a los Principios de Banca Responsable de las Naciones Unidas y ahora busca ser el primer banco Neto Positivo del mundo, para mejorar la calidad de vida de cada persona.

“Reimaginamos la banca para generar prosperidad en las comunidades que servimos, siendo catalizadores de triple valor: económico, social y ambiental”, puntualizó Aguirre.