

Referentes. CBN, Embol Coca-Cola y Farmacorp encabezan el ranking Merco 2025-2026 de las empresas con mejor reputación de Bolivia, mientras que Rosario Paz Gutiérrez, Pablo Bedoya y Samuel Doria Medina Monje, son los líderes empresariales con más prestigio del país.

RANKING **MERCO** BOLIVIA

EMPRESAS Y LÍDERES QUE BRILLAN POR SU REPUTACIÓN

Reputación

CRISIS INÉDITA

LOS BLOQUEOS LE
PASAN FACTURA
A LA ECONOMÍA

ECONOMÍA · PÁGS. 28-30

GRANDES POTENCIAS MARCAN SUS ESTRATEGIAS

EEUU Y CHINA
MIDEN SU
FUERZA EN
BOLIVIA Y LA
REGIÓN

BUSINESS · PÁGS. 34-35

MUJERES LÍDERES EN SU ROL MÁS VITAL

CUATRO
HISTORIAS DE
MAMÁS QUE
INSPIRAN

EXECUTIVE WOMAN · PÁGS. 32-33

El costo, la pérdida de la confianza

Más de cuarenta días de bloqueos han puesto a Bolivia frente a una realidad que ya no admite lecturas ideológicas ni cálculos políticos. El país enfrenta una de las paralizaciones más prolongadas y costosas de los últimos años, con efectos que se sienten en cada eslabón de la economía: desde el productor rural que no puede sacar su cosecha, hasta la industria que detiene líneas de producción, el comerciante que pierde ventas y las familias que pagan más por alimentos y servicios.

Las cifras son contundentes. La Cámara Nacional de Industrias (CNI) estimó inicialmente pérdidas de entre \$us 50 y 60 millones por día para la economía nacional. Con el transcurso del conflicto, el acumulado superó los \$us 2.500 millones, según reportes empresariales recientes a 44 días de bloqueos.

La Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) advirtió que miles de empresas, especialmente pequeñas y medianas, se encuentran al límite de su sostenibilidad. El problema ya no es únicamente la pérdida de ingresos durante los días de bloqueo; es el riesgo de quiebras, despidos y cierre definitivo de unidades productivas que difícilmente podrán recuperarse en un contexto económico ya debilitado.

Los efectos son visibles en sectores estratégicos. Las exportaciones enfrentan retrasos y sobrecostos logísticos; el turismo reporta pérdidas millonarias y miles de empleos en riesgo; la industria opera con dificultades por la falta de insumos y combustible; y el comercio soporta una caída sostenida de la actividad. A ello se suma el deterioro de la imagen internacional del país como destino de inversión.

Las proyecciones son preocupantes. Expertos estiman que el conflicto podría restar más de 2% al PIB de 2026. Pero más allá de las estadísticas, el costo más grave puede ser la pérdida de confianza de inversionistas, de emprendedores y de los propios ciudadanos en la capacidad del país para garantizar estabilidad. Recuperar el tiempo perdido, la confianza erosionada y las inversiones postergadas será mucho más difícil. Ese es el verdadero costo que Bolivia no puede permitirse seguir pagando.

El Director

LO MÁS RELEVANTE

Turismo pierde Bs 1.100 millones

■ A más de 40 días de bloqueos registrados en el país han provocado pérdidas estimadas en Bs 1.100 millones en el sector turístico, según el Gobierno.



Suspenden entrega del subsidio

■ El Sedem informó que se suspendió temporalmente la entrega del subsidio por las dificultades de abastecimiento provocadas por los bloqueos que afectan al país.



Reprogramarán deudas bancarias

■ El DS 5630, anunciado por el presidente Rodrigo Paz, dispone el refinanciamiento y/o reprogramación de las operaciones de crédito, debido a los conflictos en el país.



Expocruz, a menos de 100 días

■ Expocruz 2026 se desarrollará del 18 al 27 de septiembre. Los organizadores aceleran los preparativos para recibir a las delegaciones nacionales e internacionales.



Staff



Efraín Varela Mendoza

DIRECTOR EDITORIAL

efrainvarela@economy.com.bo

PERIODISTAS

Fernando Aguirre
Walter Vásquez
Noelia Rendon

DISEÑO Y ARTES

Mauricio Añez M.



Fernando Chávez Morales

DIRECTOR EJECUTIVO

fchavez@economy.com.bo

DPTO. COMERCIAL

Mariana López

DISTRIBUCIÓN

Juan Carlos Morales

SOPORTE TÉCNICO

ITEAM

Consejo Editorial



Denise Hurtado



Vittorio Aloisio



Viviana Angulo



Patricia Hurtado



Wilber Cuba



EDITADO POR:



Calle: Pasillo Ingavi N° 175

Telf.: (+591-3) 3502055

info@economy.com.bo

Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

**DISTRIBUCIÓN
EN EL INTERIOR DEL PAÍS:**

AG Group

Cel.: 70720386

Av. Ayacucho N° 174, Edificio María
Antonieta Piso 1, Oficina 101

LIDERMED

Marcelino Gutiérrez

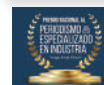
Jefe Comercial Regional La Paz

Calle Campero N° 52 (El Prado) Oficina N° 5

FEDERACION DE TRABAJADORES

DE LA PRENSA • Cel. 775 52966

Galardones



Segundo lugar del Premio Nacional de Periodismo especializado en Industria.



• Premio Maya 2022 al Mejor Diario Digital económico empresarial de Bolivia.



• Premio Maya 2024 a la Mejor Revista Especializada en Negocios, Economía y Finanzas.



Segundo lugar en el Segundo Premio de Periodismo Económico y Financiero.

DPF

MUNDIALERO

¡TUS AHORROS SALEN A GANAR!



¡Abre tu DPF ahora!

Plazo a 361 días

*Aplican condiciones

**BANCO
UNION**



¿Está preparada para la era del Open Banking?

Evolución. Aunque el país todavía no cuenta con una normativa específica para Open Banking, la banca boliviana considera que el sector ha desarrollado capacidades tecnológicas para avanzar hacia modelos más abiertos e interoperables.

El Open Banking aún no tiene un marco normativo integral en Bolivia, pero la discusión ya forma parte de la agenda estratégica de las principales entidades financieras del país. Los bancos coinciden en que este modelo representa una oportunidad para acelerar la innovación, mejorar la experiencia del cliente y desarrollar nuevos servicios financieros mediante la colaboración con fintech y empresas tecnológicas.

En consulta con algunas entidades financieras, existe una coincidencia poco habitual: el sistema financiero considera que el avance hacia esquemas de intercambio de información mediante APIs es una tendencia inevitable, aunque su implementación deberá producirse de

manera gradual y bajo reglas claras que garanticen la seguridad de los datos y la confianza de los usuarios.

Para las entidades, el país ya cuenta con avances tecnológicos importantes. Banco FIE, por ejemplo, destaca que gran parte de la banca boliviana opera actualmente con arquitecturas basadas en microservicios y APIs, utilizadas en canales digitales, pagos QR, plataformas de comercio electrónico y diversos servicios integrados.

Sin embargo, la principal coincidencia entre las entidades no está en la tecnología, sino en la necesidad de regulación. BancoSol y Banco Ganadero coinciden que cualquier avance deberá estar acompañado por un proceso coordinado entre reguladores, bancos, fintech y otros actores del ecosistema, estableciendo reglas claras sobre consentimiento del cliente,

protección de datos, responsabilidades operativas y estándares de seguridad.

La seguridad aparece como el punto más sensible dentro de la discusión. Banco BISA advierte que la principal oportunidad del Open Banking radica en construir un ecosistema financiero más colaborativo e hiperpersonalizado, donde los datos permitan anticipar las necesidades de los clientes. No obstante, también identifica que la protección de la información será determinante para el éxito del modelo, lo que exige una gobernanza de datos robusta y mecanismos de control rigurosos.

Los bancos identifican oportunidades para generar nuevos modelos de negocio, fortalecer alianzas con fintech, ampliar la oferta de servicios digitales y desarrollar productos cada vez más persona-



Fabiola CERVERÓ
Vicepresidenta de Tecnología
del Banco Mercantil Santa Cruz

“Un marco de open banking permitiría que estas colaboraciones se desarrollen dentro de un ecosistema más homogéneo, estructurado, interoperable y regulado”



Diego Fernando FUENTES
Gerente Nacional de Innovación y
Transformación Digital del Banco Unión

“Particularmente los nativos digitales serán los principales beneficiados, pero esto sin dejar de lado que la personalización en las ofertas financieras en todos los segmentos tendría un impacto positivo y una recepción acorde en todos los clientes”

lizados. Banco Ganadero destaca que la interoperabilidad podría impulsar innovaciones en medios de pago, financiamiento, comercio electrónico y servicios empresariales, mientras que Banco FIE observa un potencial importante en soluciones basadas en inteligencia artificial y análisis de comportamiento de los usuarios.

El denominador común es claro: la banca boliviana no discute si el Open Banking llegará al país, sino las condiciones bajo las cuales deberá implementarse. En un entorno donde la innovación financiera avanza a velocidad creciente, la construcción de un marco regulatorio equilibrado será determinante para que el sistema aproveche las oportunidades de un ecosistema más abierto, sin comprometer la seguridad ni la confianza que sustentan la relación con los clientes.



La Boliviana Ciacruz

Marcando el rumbo!



80
AÑOS

800 10 2727 • lbc.bo
f /LaBolivianaCiacruz

Transformación. El Open Banking avanza como una oportunidad para impulsar la innovación, la personalización de servicios y la inclusión financiera, enfocado principalmente en el cliente.



"La experiencia del cliente marcará la evolución de la banca abierta"

► Para **Banco Unión**, el potencial del Open Banking va más allá del intercambio de información financiera. La entidad considera que este modelo permitirá desarrollar experiencias digitales más personalizadas mediante la integración entre bancos, fintech y empresas tecnológicas.

Diego Fernando Fuentes Chávez, Gerente Nacional de Innovación y Transformación Digital, señala que las futuras alianzas podrían impulsar herramientas de administración financiera personal, programas de fidelización, experiencias de gamificación e iniciativas basadas en inteligencia

artificial, con el objetivo de generar mayor valor para los usuarios.

La entidad también enfatiza que cualquier modelo de banca abierta debe partir de un principio fundamental: el cliente es el propietario de sus datos y debe mantener el control sobre la información que decide compartir.

"La confianza será el principal activo del Open Banking"

► El **Banco Mercantil Santa Cruz** considera que Bolivia cuenta con capacidades tecnológicas para avanzar hacia modelos de interoperabilidad financiera, aunque advierte que el desarrollo de Open Banking requerirá un marco regulatorio claro y consensuado.

Fabiola Cerveró, Vicepresidente de Tecnología, destaca que el éxito de estos ecosistemas dependerá de la definición de reglas sobre acceso a datos, consentimiento de los usuarios, responsabilidades entre participantes y mecanismos de seguridad. La entidad identifica oportunidades

en innovación, personalización de servicios, inclusión financiera y alianzas con fintech, especialmente para atender segmentos desatendidos y pequeñas empresas. Además de facilitar el desarrollo de nuevos productos y servicios financieros, bajo principios de seguridad y transparencia.



"La integración entre bancos y fintech impulsará nuevos servicios"

► **Banco Ganadero** visualiza el Open Banking como una oportunidad para fortalecer la colaboración entre entidades financieras, fintech y empresas tecnológicas. La institución considera que estos ecosistemas permitirán combinar la experiencia y solidez de la banca con la agilidad de

los nuevos actores digitales. La entidad destaca que la interoperabilidad facilitará el acceso a productos más personalizados, procesos más ágiles y soluciones adaptadas a las necesidades de distintos segmentos de clientes. Asimismo, identifica beneficios importantes para empre-

dedores, trabajadores independientes y pequeñas y medianas empresas. Para acompañar esta evolución, la entidad considera necesario continuar fortaleciendo las inversiones en infraestructura tecnológica, plataformas API, protección de datos y ciberseguridad.

"Un desarrollo gradual para consolidar la banca abierta"

► **BancoSol** observa el Open Banking como una tendencia global que avanza progresivamente en distintos mercados y que eventualmente formará parte de la evolución del sistema financiero boliviano. La entidad considera que la implementación de estos modelos debe

realizarse de manera gradual, permitiendo que la regulación y la tecnología evolucionen de forma coordinada. La experiencia de países como Brasil y México demuestra la importancia de adaptar estos esquemas a las características y necesidades de cada mercado.

BancoSol destaca que el Open Banking puede impulsar la innovación, la competencia y una mejor experiencia, siempre que se garantice la protección de datos, la ciberseguridad y la estabilidad del sistema financiero, con condiciones técnicas y regulatorias adecuadas para el ecosistema.





¡SOMOS LA ENTIDAD
FINANCIERA **MÁS RECONOCIDA
Y ADMIRADA DEL PAÍS!**

#1

en el sector
financiero

#2

Pablo Bedoya
en MERCO Líderes

#6

Ranking general
MERCO Empresas

BNB



Número Uno. La marca de belleza y bienestar, Natura fue reconocida por cuarto año consecutivo como la empresa con mejor reputación en la categoría Cuidado Personal de Merco Bolivia.

Natura se mantiene líder en reputación en el Cuidado Personal de Bolivia

Natura fue reconocida por cuarto año consecutivo como la empresa con mejor reputación en la categoría Cuidado Personal del ranking Merco Bolivia, uno de los principales monitores de reputación corporativa de Iberoamérica. Este reconocimiento reafirma el compromiso de la compañía con un modelo de negocio que integra crecimiento económico, impacto social y cuidado ambiental.

El resultado refleja la valoración de distintos grupos de interés respecto a la gestión de la empresa, su capacidad de generar confianza y la consistencia de sus acciones en un entorno cada vez más desafiante para las organizaciones.

“Recibir este reconocimiento por cuarto año consecutivo es una señal de confianza que valoramos profundamente. Nos impulsa a seguir construyendo relaciones transparentes y de largo plazo con nuestros colaboradores, directoras, consultores, consumidores y comunidades”, afirmó Isaac Torrico, Gerente General de Natura Bolivia.

MARCA CON PROPÓSITO

Para Natura, la reputación se construye a partir de decisiones coherentes con su propósito y de una gestión que busca generar valor compartido. Este enfoque ha permitido fortalecer la credibilidad de la marca y consolidar una propuesta basada en el bienestar de las personas y la regeneración del planeta.

La compañía impulsa una estrategia orientada a equilibrar resultados económicos con impactos positivos en los ámbitos social y ambiental, promoviendo la innovación, el uso responsable de recursos

EL DATO

4

AÑOS CONSECUTIVOS NATURA RECIBIÓ EL RECONOCIMIENTO DE MERCO EN CUIDADO PERSONAL

y el fortalecimiento de cadenas de valor sostenibles.

“Hoy las empresas son evaluadas no solo por lo que hacen, sino por cómo lo hacen. Creemos que el crecimiento debe ir acompañado de responsabilidad, transparencia y un compromiso genuino con el impacto que generamos en la sociedad y el medioambiente”, señaló Torrico.

CULTURA ORGANIZACIONAL

El liderazgo y la cultura organizacional también han sido pilares fundamentales en este camino. Natura promueve una gestión basada en la ética, la diversidad, la inclu-



Visión Isaac Torrico, gerente general de Natura Bolivia con el reconocimiento Merco 2026

sión y la colaboración, principios que orientan la toma de decisiones y fortalecen el compromiso de sus equipos. En un contexto marcado por la transformación digital y la evolución constante de las expectativas de los consumidores, Natura

mantiene una escucha activa para responder con innovación, transparencia y responsabilidad. Asimismo, considera que la comunicación estratégica cumple un rol clave para fortalecer vínculos de confianza y construir conversaciones auténticas con sus diferentes públicos.

“Este reconocimiento es el resultado del trabajo colectivo de una red de personas que comparte una misma visión: generar bienestar para las personas y para la naturaleza. La reputación no se construye con mensajes, sino con acciones consistentes en el tiempo”, agregó el ejecutivo.

Para Natura, uno de los principales desafíos del entorno empresarial actual es mantenerse competitiva sin perder de vista la sostenibilidad y la capacidad de responder a las necesidades de una sociedad en constante transformación. En ese contexto, la reputación se consolida como un activo estratégico que requiere visión de largo plazo.



Natura ve la reputación como un activo estratégico que requiere visión de largo plazo.

Por cuarto año consecutivo somos reconocidos como la empresa con **mejor reputación en Cuidado Personal de Bolivia.**



#1 Mejor reputación del Sector Cuidado Personal en el ranking MERCO*

Reconocimiento que refleja nuestro propósito, **generar impacto positivo** mientras **cuidamos de ti y del mundo.**
Porque **hace bien estar bien.**

*Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) es el principal monitor de referencia que evalúa y mide la reputación de empresas y líderes corporativos en Iberoamérica

comversa

Responsable de marcas como Burger King, Los Tajibos o Green Tower, el grupo sostiene su crecimiento sobre un modelo que prioriza valores, generación de empleo formal e inversiones.



Coherencia. Para Samuel Doria Medina Monje, reputación "no es otra cosa que decir lo que hacemos y hacer lo que decimos"

EL DATO

5

PREMIOS OBTUVO EL GRUPO COMVERSA EN EL RANKING MERCO QUE MIDE LA REPUTACIÓN



Samuel DORIA MEDINA MONJE
Gerente General

Comversa consolida su liderazgo reputacional en Ranking Merco

El Grupo Comversa reafirmó su prestigio en el país tras destacarse en el estudio Merco Empresas y Líderes Bolivia 2025-2026, uno de los rankings corporativos más relevantes de la región y el país en materia de reputación empresarial. Entre los reconocimientos obtenidos sobresalen Los Tajibos, a Tribute Portfolio Hotel, distinguido como la empresa con mejor reputación en el sector hotelería y turismo y ubicada además en el puesto 20 entre las compañías con mejor reputación de Bolivia. A ello se suma Burger King Bolivia, reconocida como la empresa con mejor reputación en el sector restaurantes y cadenas de comida. Asimismo, Comversa alcanzó el quinto lugar entre los holdings con mejor reputación corporativa del país, mientras que Samuel Doria Medina Monje, fue reconocido como el tercer empresario con mejor reputación de Bolivia.

Para Samuel Doria Medina Monje, Gerente General del Grupo Comversa, estos resultados representan el reflejo de una visión empresarial sos-



Premiación. El Gerente General de Comversa con la certificación Merco

tenida en el tiempo y respaldada por el trabajo colectivo. "La confianza se construye con coherencia. Cumplir siempre con lo que uno promete, eso es lo que nos define como grupo", afirmó.

REPUTACIÓN CORPORATIVA

El ejecutivo destacó que, en un contexto económico desafiante, el grupo ha mantenido su apuesta por Bolivia mediante inversiones constantes, generación de empleo formal y el fortalecimiento de estándares in-

ternacionales en cada una de sus unidades de negocio.

"Cuando la economía se complica, seguimos apostando por Bolivia: seguimos invirtiendo, construyendo y generando empleo formal, incluso cuando habría sido más cómodo esperar un escenario de mayor certeza", sostuvo.

Doria Medina Monje señaló además que la reputación corporativa no se construye únicamente desde los resultados financieros, sino desde una cultura organizacional sólida y coherente con los valores de la empresa. En ese sentido, resaltó el legado empresarial de su familia y el compromiso de miles de colaboradores que forman parte del grupo.

SOSTENIBILIDAD

El ejecutivo también remarcó que la sostenibilidad y el impacto social forman parte de la esencia de Comversa, a través de proyectos que combinan rentabilidad, innovación y desarrollo local, conectando a Bolivia con estándares globales mediante marcas internacionales y emprendimientos nacionales.

"La responsabilidad, empieza por lo básico y no siempre visible: cum-

La reputación es el activo más barato de cuidar y el más caro de reconstruir. Se construye con acciones coherentes y decisiones, muchas de ellas incómodas y poco visibles".

TÍTULOS OBTENIDOS

Los Tajibos. Obtuvo el primer lugar como empresa con mejor reputación en el sector hotelería y turismo.

Burger King. Obtuvo el primer lugar como empresa con mejor reputación en el sector restaurantes y cadenas de comida.

Samuel Doria Medina Monje. Es el tercer empresario con mejor reputación en Bolivia en el Ranking Merco 2025-2026.

Comversa. Es la 5ta empresa con mejor reputación en el sector Holding.

Los Tajibos. Es la 20ava empresa con mejor reputación de Bolivia según el Ranking Merco 2025-2026.

plir, pagar a tiempo, formalizar y cuidar a la gente", dice. Finalmente, aseguró que, en tiempos marcados por la sobreinformación, la reputación empresarial debe sostenerse sobre hechos concretos y transparencia. "Nuestra reputación se construyó en décadas y se cuida con la verdad", concluyó el ejecutivo.



TRIBUTE PORTFOLIO



Reconocimientos que reflejan nuestro compromiso con la hospitalidad,
la excelencia y las experiencias que brindamos cada día.



Hotelería y turismo
Ranking sectorial de empresas.



Empresas con mejor reputación
Ranking general de empresas.



Samuel Doria Medina Monje
Líderes con mejor reputación.

CBN | Cervecería Boliviana Nacional

Liderazgo. La compañía atribuye este resultado a la coherencia de su gestión, el impacto de su operación en el país y una cultura organizacional centrada en las personas.

Diez años en la cima: CBN mantiene el primer lugar en reputación corporativa en Bolivia

Una década en la cima no es un resultado que se construya de un año para otro. Para Cervecería Boliviana Nacional (CBN), alcanzar por décima gestión consecutiva el primer lugar del ranking MERCO Empresas Bolivia representa la consolidación de una trayectoria que se ha sostenido sobre una premisa fundamental: actuar de manera coherente con aquello que promueve y comunica.

El reconocimiento adquiere además un significado especial porque coincide con los 140 años de historia de la compañía. En ese contexto, el gerente general de CBN, José Andrés Abraham, considera que la permanencia en el liderazgo reputacional es consecuencia de un trabajo constante que involucra a toda la organización y a los distintos actores con los que interactúa diariamente.

Más allá de los resultados, Abraham señaló que la reputación se construye a través de decisiones concretas y de la relación que una empresa mantiene con las personas.

“La reputación se construye en cada decisión, en cada esquina del país donde CBN está presente, en cada persona que forma parte de esta cadena: los colaboradores, los clientes, las comunidades, los socios”, sostuvo.

LOS TRES PILARES

La empresa identifica tres pilares que han contribuido a sostener esa confianza a lo largo del tiempo. El primero está relacionado con la presencia de sus marcas en la vida cotidiana de los bolivianos. Pacea, Huarí, Golden y Pepsi forman parte de celebraciones, encuentros familia-



José Andrés
ABRAHAM
Gerente General

Tomamos decisiones pensando en el impacto que generamos en las personas y en el entorno donde operamos.

res, actividades culturales y espacios gastronómicos en distintas regiones del país, acompañando generaciones y fortaleciendo un vínculo que trasciende el producto.

A ello se suma el impacto de su operación en la economía nacional. Actualmente, CBN genera más de 1.600 empleos directos, trabaja con cerca de 3.000 proveedores, llega a 80.000 puntos de venta distribuidos en los nueve departamentos y es la



Reconocimiento. Los principales ejecutivos en el acto de premiación MERCO 2025-2026

EL DATO

TOP #7

DE LÍDERES CON MAYOR REPUTACIÓN ES PARA JOSÉ ANDRÉS ABRAHAM, GERENTE GENERAL DE CBN

parte del centro de la estrategia empresarial, una visión que orienta tanto su agenda de sostenibilidad como el desarrollo de su portafolio y sus operaciones.

Esa misma lógica se réplica al interior de la empresa. De acuerdo con Abraham, la cultura organizacional es la base sobre la cual se construye la reputación. En CBN existen diez principios que orientan la gestión y sirven como guía para la toma de decisiones.

El énfasis en las personas también se refleja en los reconocimientos obtenidos este año. En 2026, CBN alcanzó el primer lugar en Great Place to Work Bolivia en la categoría de empresas con más de 500 colaboradores. Paralelamente, José Andrés Abraham escaló 15 posiciones en el ranking MERCO Líderes, situándose en el séptimo puesto entre los líderes con mejor reputación del país.



Premio. El Gerente General de CBN en el Top 10 de MERCOLíderes



Los mejores. El Top 10 de empresas con mayor reputación del país



El tiempo nos dio **140 años**.
Ustedes nos dieron el **#1** por **décimo año**.
¡Gracias!





Reputación. La compañía boliviana lidera por segundo año consecutivo el ranking MERCO del sector construcción y registra uno de los ascensos más importantes.



Compromiso. Los colaboradores son parte fundamental del liderazgo y la reputación que la empresa mantiene en el sector

SOBOCE, la mejor reputación de la industria de la construcción

La Sociedad Boliviana de Cemento S.A. (SOBOCE) reafirma su liderazgo en la industria de la construcción al ser reconocida, por segundo año consecutivo, como la “Empresa con Mejor Reputación del Sector Construcción” en el ranking del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO), uno de los monitores corporativos más importantes de Iberoamérica.

Además de mantenerse como la empresa número uno de su sector, SOBOCE protagonizó uno de los mayores ascensos del ranking general, escalando del puesto 22 al 14 entre las empresas con mejor reputación corporativa del país, consolidando una tendencia sostenida de crecimiento y fortalecimiento institucional.

“Este reconocimiento refleja el compromiso de miles de personas que creen en una industria capaz de transformar el país desde la sostenibilidad, la innovación y el compromiso social. Liderar nuevamente nuestro sector nos impulsa a seguir construyendo un futuro



más sostenible para Bolivia”, afirmó el CEO de SOBOCE, Francisco Shwortshik.

El ejecutivo también registró un importante crecimiento en el ranking MERCO Líderes, avanzando 19 posiciones respecto a la gestión anterior.

SOSTENIBILIDAD, INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO

Entre los principales hitos que consolidaron la reputación de SOBOCE durante el último año destacan el fortalecimiento de NetGreen Servicios Ambientales, iniciativa orientada a impulsar soluciones

Liderazgo. Los ejecutivos de la empresa destacaron que la sostenibilidad y el compromiso social son pilares que impulsan el crecimiento y reputación

sostenibles para la gestión y valorización de residuos sólidos; la expansión de Construred, la mayor red de ferreterías del país con más de 900 puntos afiliados; y el fortalecimiento de CIATEC, el Centro de Innovación y Asesoría Técnica de la compañía.

La empresa también consolidó espacios de impacto para el sector con la realización del II Foro Nacional de Sostenibilidad e Innovación para la Construcción y el fortalecimiento de alianzas con universidades y centros de formación para promover investigación, capacitación e innovación.

900

PUNTOS AFILIADOS
DE CONSTRURED, SE DESTACA
COMO LA RED MÁS ÁMPLIA DE
FERRETERÍAS EN EL PAÍS



Francisco
SHWORTSHIK
CEO de SOBOCE

“En SOBOCE entendemos que la reputación se construye con hechos y con la capacidad de generar valor para la sociedad. Este reconocimiento renueva nuestro compromiso de seguir liderando la transformación sostenible de la industria de la construcción en Bolivia”



Reconocimiento. La mejor reputación del sector, por segundo año consecutivo

Sobre MERCO

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) es uno de los principales monitores de reputación corporativa de Iberoamérica y evalúa a empresas y líderes mediante una metodología multistakeholder auditada de manera independiente por KPMG bajo la norma ISAE 3000.w



SOBOCE

**EMPRESA CON MEJOR
REPUTACIÓN EN EL SECTOR
DE LA CONSTRUCCIÓN**



merco
MONITOR EMPRESARIAL DE
REPUTACIÓN CORPORATIVA

UNA SOLA
FUERZA
QUE CONSTRUYE BOLIVIA



Premio. La farmacéutica se posicionó en el puesto 11 del ranking MERCOS Empresas y su CEO, la Dra. María René Centellas, fue distinguida entre los 10 líderes empresariales más influyentes del país.

Valores. Bagó destacó por su gestión empresarial y compromiso con el desarrollo del país



Liderazgo. María René Centellas ocupa el 4to puesto en el Ranking de MERCOS Líderes 2026



Referentes. Las empresas con mayor reputación de Bolivia, del ranking MERCOS, también lideran en sus respectivos sectores

EL DATO

50

AÑOS DE COMPROMISO, INNOVACIÓN Y DEDICACIÓN, TIENE BAGÓ EN BOLIVIA.



María René CENTELLAS
CEO de Bagó

Esta distinción nos impulsa a continuar fortaleciendo una gestión responsable y cercana a las necesidades de nuestra sociedad.

takeholder que recoge la percepción de diversos grupos de interés, entre ellos consumidores, directivos, colaboradores, expertos y medios de comunicación.

La ceremonia de premiación reunió a representantes del sector empresarial, ejecutivo y académico del país, reconociendo a empresas y líderes que, a través de su visión, responsabilidad social y capacidad de innovación, continúan contribuyendo al desarrollo económico y social de Bolivia.

Con este nuevo reconocimiento, Laboratorios Bagó de Bolivia fortalece su liderazgo en el sector farmacéutico y ratifica su compromiso de seguir trabajando bajo altos estándares de excelencia, confianza y reputación corporativa.

Laboratorios Bagó de Bolivia y su liderazgo empresarial son reconocidos en MERCOS 2025

Laboratorios Bagó de Bolivia reafirma su posicionamiento como una de las empresas con mayor reputación corporativa en Bolivia, tras ser reconocida en la más reciente edición del ranking MERCOS 2025, uno de los monitores de reputación empresarial más importantes y prestigiosos a nivel global.

En esta edición, la compañía alcanzó el puesto 11 en el ranking general de reputación corporativa, destacándose entre las organizaciones más valoradas del país por su

gestión empresarial, transparencia, innovación y compromiso con el desarrollo de Bolivia.

Asimismo, la CEO de Laboratorios Bagó de Bolivia, Dra. María René Centellas, fue reconocida en el puesto número 4 del Top 10 de líderes con mejor reputación del país, consolidándose como una de las ejecutivas más influyentes y admiradas del ámbito corporativo boliviano. A este reconocimiento se suma una nueva distinción en la categoría de género, donde la ejecutiva fue galardonada entre las mejores tres líderes femeninas.

“Este reconocimiento refleja el

trabajo sostenido que realizamos como organización, guiados por principios de ética, innovación y compromiso con la salud y el bienestar de las y los bolivianos. Recibir esta distinción nos impulsa a continuar fortaleciendo una gestión responsable y cercana a las necesidades de nuestra sociedad”, destacó la Dra. María René Centellas, CEO de Laboratorios Bagó de Bolivia.

MERCOS (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) se ha consolidado como uno de los referentes internacionales más importantes en evaluación reputacional, gracias a una metodología multis-

Gracias por confiar
en cada paso que damos



SOFÍA LTDA.

EMPRESAS LÍDERES
CON MAYOR REPUTACIÓN

SOFÍA LTDA.

EMPRESA CON MEJOR REPUTACIÓN
DEL SECTOR DE ALIMENTOS

**MARIO ANGLARILL
SALVATIERRA**

LÍDERES EMPRESARIALES
MEJOR VALORADOS

Este reconocimiento reafirma nuestro compromiso de seguir
trabajando con responsabilidad, cercanía y propósito, construyendo
confianza junto a nuestro equipo y las familias del país.

top 10

Ranking MERCO
Empresas 25/26

Empresa	2024	25/26	Evolución	Puntuación
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL CBN	1	1	↑	10.000
EMBOL COCA COLA	4	2	↑	9.487
FARMACORP	3	3	↑	9.255
SOFÍA LTDA.	2	4	↓	9.092
TIGO	9	5	↑	8.468
BANCO NACIONAL DE BOLIVIA BNB	6	6	↑	8.266
PIL ANDINA	12	7	↑	8.237
BANCO DE CRÉDITO DE BOLIVIA BCP	10	8	↑	8.224
BANCO MERCANTIL SANTA CRUZ BMSC	13	9	↑	8.058
DROGUERÍA INTI S.A.	5	10	↓	7.834

MERCO 2025/26

Las compañías y líderes con mejor reputación del país

Referentes. Cervecería Boliviana Nacional, Embol Coca-Cola y Farmacorp encabezan el ranking de las empresas con mejor reputación de Bolivia, mientras que Rosario Paz Gutiérrez, Pablo Bedoya y Samuel Doria Medina Monje, son los tres líderes empresariales con mejor reputación del país.

top 10

Ranking MERCO
Líderes 25/26

Líder	Empresa	2024	25/26	Evolución	Puntuación
ROSARIO PAZ GUTIERREZ	FARMACORP	1°	1°	↑	10.000
PABLO BEDOYA	BANCO NACIONAL DE BOLIVIA BNB	4°	2°	↑	8.476
SAMUEL DORIA MEDINA MONJE	HOTEL LOS TAJIBOS	2°	3°	↓	8.296
MARIA RENEE CENTELLAS	LABORATORIOS BAGÓ	11°	4°	↑	7.812
MARIO ANGLARILL SALVATIERRA	SOFÍA LTDA.	3°	5°	↓	7.727
IVO KULJIS	GRUPO KULJIS	6°	6°	↑	7.478
JOSE ANDRES ABRAHAM HANDAL	CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL CBN	22°	7°	↑	7.395
CRISTOBAL RODA	GRUPO INDUSTRIAL RODA	5°	8°	↓	6.932
HERBERT VARGAS	EMBOL COCA COLA	13°	9°	↑	6.923
LAUREN MÜLLER DE PACHECO	UPSA	9°	10°	↓	6.855

top 3

Ranking Sectorial
Merco Empresas
Bolivia 25/26

POR: EFRAÍN VARELA

SECTORES	EMPRESAS
Alimentación	Sofia Ltda. 1° Pil Andina (2°) Delizia (3°)
Asesores Agropecuario y Veterinario	Union Agronegocio 1°
Automoción	Imcruz - Inchcape Bolivia 1° Toyosa (2°) Quantum (3°)
Bebidas	Cervecería Boliviana Nacional CBN 1° Embol Coca Cola (2°) La Cascada (3°)
Bienes Raíces	Century 21 1°
Cadena De Farmacias	Farmacorp 1° Farmacias Chávez (2°) Farmaelias (3°)
Cadena De Supermercados	Hipermaxi 1° IC Norte (2°) Tiendas 3B (3°)
Calzados	Fair Play 1°
Centro Comercial	Ventura Mall 1° Las Brisas (2°)
Clinicas	Clinica de Las Américas 1° Clínica Foianini (2°)
Construcción	Soboce 1° Itacamba Cemento (2°) Fancesa (3°)
Consultores y/o Outsourcing	BPO Center 1°
Cooperativas de Servicios Públicos	CRE 1° Saguapac (2°)
Cuidado Personal	Natura 1° Yanbal (2°) Belcorp (3°)
Delivery	Pedidos Ya 1°
Empaques y Embalajes Sostenibles	Empacar 1° La Papelera (2°)
Empresarial Corporativo	Manzana 40 1°
Energía	Petrobras 1° Repsol (2°) Total E&P Bolivia (3°)
Entidades Financieras	Banco Nacional de Bolivia BNB 1° Banco de Crédito de Bolivia BCP (2°) Banco Mercantil Santa Cruz BMSC (3°)
Formación	Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra UPSA 1° Universidad Católica Boliviana - UCB (2°) Universidad Privada Boliviana - UPB (3°)
Hidrocarburos Y Energía	Gas y Electricidad S.A 1°
Holding	Nexocorp 1° Grupo Industrial Roda (2°) Grupo Landicorp (3°)
Hotelería y Turismo	Hotel Los Tajibos 1° Estropical.com (2°) Hotel Camino Real (3°)
Industria Comercial	Unilever 1° Hansa (2°) Aidisa (3°)
Industria de Logística	DHL 1°
Industrial y Manufactura	Matriplast 1° Copelme (2°)
Laboratorios Salud	Droguería Inti S.A. 1° Laboratorios Bagó (2°) Terbol (3°)
Logística, Distribución y Comercialización	Proesa 1°
Medios de Comunicación	Red Uno 1° Unitel (2°) El Deber (3°)
Minería	Minera San Cristóbal 1° Sinchi Wayra (2°)
Productos y Servicios Agroindustriales	Ingenio Azucarero Guabirá 1° Aguai - Ingenio Sucroalcoholero (2°) Agropartners (3°)
Restaurantes y Cadenas De Comida	Burger King 1°
Retail Generalista	Dismac 1° Multicenter (2°) Roho Homecenter (3°)
Salud y Equipamiento Médico	Hp Medical 1°
Seguros	Nacional Seguros 1° Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros (2°) La Boliviana Ciacruz (3°)
Servicios Legales	PPO Abogados 1° Bufete Aguirre Quintanilla Soria & Nishizawa (2°)
Tecnología	Samsung 1° Jalasoft (2°) Assuresoft (3°)

El ranking de las empresas y los líderes empresariales con mejor reputación del país se dio a conocer en la decimotercera edición de Merco Empresas y Líderes Bolivia, el monitor de reputación corporativa de referencia en Iberoamérica.

Por 10 años continuos, la Cervecería Boliviana Nacional (CBN), que es parte del gigante global AB InBev, se situó a la cabeza de las empresas más reputadas del país, en el mismo año que cumple 140 años, seguido por Embol Coca-Cola y Farmacorp. El top ten lo completan Sofía, Tigo, Banco Nacional de Bolivia, PIL Bolivia, Banco de Crédito de Bolivia BCP, Banco Mercantil Santa Cruz e INTI.

El ranking general está integrado por 100 empresas, de 39 sectores económicos, las cuales fueron elegidas en base a 5 evaluaciones, 13 fuentes de información y un total de 1.706 encuestas (ver infografía).

En más de una década ¿cómo ha evolucionado en Bolivia el estudio MERCO? su director corporativo global, Pedro José López, expresó que trasladando al ranking cada vez más presencia de empresas.

“Es decir, las empresas se están preocupando en saber cómo se les ve a cada una de ellas desde los distintos grupos de interés que forman el conjunto de la sociedad en Bolivia y esa es la preocupación o la intención que desde MERCO tenemos, el que la reputación de una compañía no es el mensaje que una compañía da a sus públicos, es el mensaje que sus públicos reciben”, explicó López.

CBN articula una de las cadenas productivas privadas más extensas del país. Más de 1.600 empleos directos, cerca de 3.000 proveedores y aproximadamente 80.000 puntos de venta en los nueve departamentos son la radiografía de una empresa que está, literalmente, en todos los rincones de Bolivia. Para José Andrés Abraham, gerente general de

Ficha técnica

CBN, recibir este reconocimiento cuando CBN cumple 140 años tiene un significado mucho más especial. “Es un recordatorio de que las empresas que perduran son las que cuidan su reputación, invierten en su gente y actúan pensando en el futuro de Bolivia. Eso es lo que intentamos hacer todos los días con mucha responsabilidad”, manifestó.

Con presencia en La Paz, Oruro, Potosí, Cochabamba, Sucre, Santa Cruz y Tarija, Embol Coca-Cola reafirma una manera de hacer empresa conectada con el país, con su gente y con la convicción de seguir aportando al desarrollo de Bolivia desde su trabajo diario. “En Embol Coca-Cola entendemos la reputación como el resultado de actuar con consistencia, generar valor para el país y mantener un compromiso permanente con nuestros consumidores, clientes, colaboradores y comunidades”, señaló Herbert Vargas, gerente general de Embol. La compañía genera 2.500 empleos directos y más de 10.000 indirectos. Además, llega a más de 150.000 clientes que comercializan sus productos.

Farmacorp, la cadena de farmacias líder de Bolivia, con presencia en los nueve departamentos, es también la marca central de Nexocorp, que por primera vez alcanzó el puesto #1 entre los holdings con mejor reputación del país.

“Construir reputación exige coherencia entre lo que se dice y lo que se hace. Es una responsabilidad diaria que nace del servicio, de la transparencia y del compromiso de generar valor real para las personas. Cuando una empresa trabaja con propósito, escucha a su entorno y actúa con integridad, la confianza se convierte en el resultado natural de esa gestión”, afirmó Rosario Paz Gutiérrez, presidenta ejecutiva de Nexocorp.

LÍDERES CON MEJOR REPUTACIÓN

Además del ranking de las empresas más reputadas, se presentó el listado de MERCOLíderes Bolivia 2025-2026. El directivo

Indicadores objetivos

PESO: 8% | MUESTRA: 33

Merco Digital

PESO: 5% | MENCIONES: 19.907

En colaboración con: *Methodology**

Merco Sociedad

PESO: 12% | MUESTRA: 1.000



Directivos grandes empresas

PESO: 27% | MUESTRA: 418

EXPERTOS A. ECONÓMICO

Analistas financieros

PESO: 10% | MUESTRA: 47

Periodistas información económica

PESO: 10% | MUESTRA: 48

Catedráticos área empresa

PESO: 7% | MUESTRA: 37

EXPERTOS A. SOCIAL

ONGs

PESO: 8% | MUESTRA: 41

Expertos/as en RRHH

PESO: 8% | MUESTRA: 30

RANKING MERCO: VALORES DIFERENCIALES

¿Qué aval tiene MERCO?

MERCO es el monitor corporativo de referencia en Iberoamérica que viene evaluando la reputación de las empresas desde el año 2000. Tiene el aval y el rigor de una empresa de estudios de mercado: Análisis e Investigación (Sociedad Profesional). Es un monitor abierto y gratuito donde la participación y la posición dependen exclusivamente del reconocimiento obtenido en los diferentes públicos de interés.

con mayor reputación de Bolivia es Rosario Paz Gutiérrez, de Farmacorp; seguido de Pablo Bedoya, de Banco Nacional de Bolivia y de Samuel Doria Medina Monje, del Grupo Comversa.

El top 10 de Líderes lo completan María René Centellas, de Laboratorios Bagó; Mario Anglarill Salvatierra, de Sofía; Ivo Kuljis, de Grupo Kuljis; José Andrés Abraham, de la Cervecería Boliviana Nacional CBN; Cristobal Roda, del Grupo Industrial Roda; Herbert Vargas, de Embol Coca Cola y Lauren Müller de Pacheco, de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra UPSA.

El director corporativo global de

¿Qué garantías tiene el proceso?

MERCO hace una evaluación global que integra la percepción y valoración de 13 fuentes de información. El estudio y el ranking es realizado por Grupo Ael, de acuerdo a la Norma ISO 20252 y al código de conducta ICC/ESOMAR.

El seguimiento de la metodología establecida por MERCO para la elaboración del ranking ha sido objeto de revisión independiente por parte de KPMG.

¿Cómo se financia?

El monitor se financia exclusivamente con la venta de informes confidenciales. El número de informes vendidos determina el beneficio o la pérdida. Merco no hace consultoría, lo que supone un aval fundamental de su independencia. Los informes analizan comparativamente las valoraciones de los diferentes stakeholders con el objetivo de realizar un diagnóstico reputacional global de cada empresa.

LA CIFRA

1.706

Encuestas se realizaron entre directivos empresariales, expertos, agentes del ámbito digital y ciudadanos.

MERCO destacó el rol que cumple el líder de una empresa, sea este el presidente, CEO o gerente general de la compañía, ya que se levanta cada día con una enorme responsa-

bilidad sobre sus espaldas y representa a un gran número de familias. Sumado a ello, tiene que lidiar con la exposición pública, ya que los puestos directivos cada vez están con una participación más activa en el desarrollo de un país.

Desde Nexocorp destacaron el reconocimiento a su presidenta ejecutiva, Rosario Paz. “Su trayectoria refleja un camino construido con visión, disciplina y coherencia, orientado a fortalecer equipos, impulsar la transformación y consolidar empresas con impacto en el desarrollo del país”, indicaron.

Para Samuel Doria Medina Monje, gerente general del Grupo Comversa, el liderazgo y, principalmente, la cultura organizacional son fundamentales para la construcción de una reputación sólida. “Dichosamente, en nuestro caso podemos asegurar que nuestros valores se viven día a día en todos los niveles y el liderazgo se ejerce con el ejemplo, razones que nos enorgullecen. Por eso nos importa tanto el equipo, porque en cada logro hay miles de personas comprometidas, y son ellas las que cuidan el nombre de la empresa todos los días”, destacó.

En definitiva, la reputación corporativa es un activo intangible fundamental. Genera confianza, lo que permite a las empresas cobrar más por sus productos, atraer inversores, retener el mejor talento y superar las crisis del mercado con mayor facilidad.



VANESSA ORMACHEA

EVENTOS CORPORATIVOS



Transformando tus eventos corporativos en experiencias inolvidables

S E R V I C I O S

Eventos corporativos | Ferias | Gestión de Medios



www.vanessaormachea.com



(591) 77883323



La alianza permitirá ampliar el acceso a internet de alta disponibilidad en zonas urbanas, periurbanas y rurales, fortaleciendo la transformación digital de sectores económicos estratégicos

AXS incorpora Starlink a su portafolio y apuesta por una conectividad de escala mundial

AXS Bolivia anunció la incorporación de la tecnología satelital de Starlink a su portafolio de soluciones empresariales, consolidando una estrategia orientada a fortalecer la conectividad corporativa en todo el país y ampliar el acceso a servicios de internet de alta disponibilidad para operaciones ubicadas en regiones donde la infraestructura tradicional presenta limitaciones.

La iniciativa representa un paso importante para la compañía en un contexto donde la conectividad se ha convertido en un factor determinante para la productividad, la continuidad operativa y la transformación digital de las empresas.

“Es un hito muy importante el que consolidan AXS Bolivia y Starlink en estos tiempos donde la conectividad es tan importante. Ya no se ha vuelto solamente una herramienta, sino una forma de estar permanentemente conectados y operando”, afirmó Sergio Ramírez, gerente de Experiencia al Cliente y Desarrollo Comercial de AXS Bolivia.

Según Ramírez, la alianza responde a la necesidad creciente de contar con conexiones más estables y confiables para actividades que requieren transmisión permanente de datos y disponibilidad continua. “Para las empresas que requieren velocidades y estabilidad, esta es una opción muy clara de que AXS apuesta por darles soluciones de nivel mundial”, sostuvo.

Además de ampliar las opciones de conectividad, la empresa ofrecerá acompañamiento comercial, instalación especializada, soporte



Sergio RAMÍREZ

Gerente de Experiencia al Cliente y Desarrollo Comercial de AXS Bolivia

“Queremos dar accesibilidad, calidad de servicio y que todos en Bolivia puedan tener acceso a internet que les permita navegar sin restricciones y con las facilidades que un internet veloz y de baja latencia puede ofrecer”

técnico local y asesoramiento permanente para garantizar que cada implementación responda a las necesidades específicas de cada organización.

La tecnología de Starlink podrá utilizarse tanto como conexión principal en lugares donde no existe



Tecnología. Giovanni Ortuño y Juan David Vélez muestran uno de los equipos Starlink

CLIENTES CORPORATIVOS

La nueva solución estará disponible para empresas de diversos sectores económicos, sin depender de redes terrestres, facilitando la operación de empresas ubicadas en áreas rurales, urbanas y periurbanas:

- | | |
|----------------|--------------|
| Hidrocarburos. | Transporte. |
| Agroindustria. | Banca. |
| Energía. | Retail. |
| Minería. | Manufactura. |
| Construcción. | |

acceso a redes tradicionales, como también en esquemas de respaldo y redundancia para empresas cuya operación depende críticamente del acceso continuo a internet.

La incorporación de esta solución forma parte de una estrategia más amplia de inversiones en infraestructura tecnológica. Ramírez destacó que AXS continúa fortaleciendo su red de fibra óptica y com-

plementando su oferta con nuevas tecnologías para ampliar la cobertura nacional.

“Queremos llegar a toda Bolivia, queremos darle un servicio de calidad a todos los bolivianos y a todas las empresas que necesitan conectividad permanente y con estándares de nivel mundial”, señaló.

La compañía considera que una mayor disponibilidad de internet de alta velocidad también puede contribuir a acelerar la transformación digital y mejorar la competitividad de las empresas bolivianas, especialmente en regiones alejadas de los principales centros urbanos.

Con más de dos décadas de trayectoria en el mercado nacional, AXS reafirma así su apuesta por la innovación tecnológica y por el desarrollo de soluciones que permitan a las organizaciones bolivianas operar con mayores niveles de eficiencia, productividad y competitividad en un entorno cada vez más digitalizado.



Expansión. La alianza permitirá llevar conectividad de talla mundial a todo el país



Sergio Ramírez y Eduardo Olivo

Somos parte de tu destino

DTT
AUTORIDAD DE REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN
DE TELECOMUNICACIONES Y TRANSPORTES



Hay formas de ir a Europa
y solo una de volar

aireuropa.com

ae AirEuropa
Tú decides

40 AÑOS



La Boliviana Ciacruz celebró sus ocho décadas de trayectoria fortalecida por el crecimiento sostenido, la transformación digital y la expansión de sus seguros masivos.



Crecimiento. La aseguradora destacó su consolidación como líder del sector



Historia.

La galería recorrió los principales hitos que marcaron los 80 años de LBC

LBC cumplió 80 años de liderazgo, solvencia e innovación en el mercado asegurador

La Boliviana Ciacruz Seguros (LBC) conmemora 80 años de trayectoria consolidada como una de las empresas más importantes del sector asegurador boliviano. Durante un evento especial, la compañía compartió los principales hitos que marcaron su historia, así como los desafíos y objetivos que proyectan su futuro en un mercado cada vez más dinámico y digitalizado.

La historia de la aseguradora se remonta a 1946, cuando nació como la primera compañía de seguros de Bolivia. Décadas más tarde, bajo la visión empresarial de Gonzalo Bedoya Herrera, la compañía se posicionó como un referente nacional e internacional, impulsando estándares que contribuyeron al desarrollo de la industria aseguradora en el país.

A lo largo de estos 80 años, LBC atravesó importantes etapas de transformación. Entre los hitos más relevantes destacan la creación de La Continental en 1975, las fusiones realizadas en 1989 y 1993, la alianza estratégica con Zurich Financial Services en el año 2000 y la compra accionaria concretada en 2011, fortaleciendo su identidad boliviana y su capacidad de crecimiento.

Actualmente, la empresa atraviesa uno de los momentos más sólidos de su historia. En la última



Mónica BELTRÁN
Gerente de Estrategia y Marketing de LBC

“Actualmente el 85% de la población boliviana basa su economía en la informalidad y eso significa que muchas personas viven en una situación de desprotección. Por eso hemos desarrollado productos simples y accesibles, además de fortalecer nuestros canales digitales para que más bolivianos puedan acceder a un seguro de manera rápida y sencilla”

década pasó de registrar una producción inferior a los \$us 100 millones en primas a superar los \$us 243 millones al cierre de 2025. Este crecimiento responde a una estrategia basada en la innovación, la cercanía con el cliente, la diversificación de productos y el respaldo de mercados



Liderazgo. Ejecutivos de LBC celebraron los 80 años de trayectoria de la compañía

EL DATO

2,6

MILLONES DE ASEGURADOS,
EQUIVALENTES AL 25% DE LA
POBLACIÓN BOLIVIANA FORMAN
PARTE DE LBC

internacionales de reaseguro.

“Alcanzar los 80 años es el resultado de un gran equipo de colaboradores, una gestión consistente y de la capacidad de adaptarnos a un entorno en constante transformación, manteniendo estándares técnicos y operativos sólidos”, señala Laurent Bertaux, Vicepresidente Ejecutivo de La Boliviana Ciacruz.

Con más de 2,6 millones de asegurados, equivalentes al 25% de la población boliviana, La Boliviana Ciacruz se consolida como el grupo asegurador líder del país, con una fuerte presencia en seguros masivos, corporativos y vinculados al sistema financiero. Parte de este crecimiento ha sido posible gracias a una red de más de 50 alianzas estratégicas con

entidades financieras, que han permitido ampliar el acceso a la protección aseguradora en distintos segmentos de la población.

La compañía también destaca por su aporte a la formación de profesionales del sector. Reconocida dentro de la industria como la “Universidad del Seguro”, ha contribuido durante décadas a la capacitación y desarrollo de talento humano especializado, fortaleciendo los estándares técnicos y profesionales del mercado asegurador boliviano.

Además de su impacto económico, LBC mantiene una importante presencia laboral, generando más de 400 empleos directos y una amplia red de agentes a nivel nacional, lo que le permite brindar atención y acompañamiento a sus clientes en todo el territorio boliviano.

A futuro se prevé ampliar el acceso al seguro en un contexto donde el 85% de la población económicamente activa desarrolla sus actividades dentro de la informalidad. La compañía ha fortalecido durante más de 25 años su apuesta por los seguros masivos, microseguros y soluciones de protección accesibles a personas, familias y emprendedores.



SOMOS PARTE DEL
TOP 10

Ranking Merco
Bolivia 2025





Iniciativa. La campaña movilizó a estudiantes, docentes y familias en Santa Cruz, recuperó 2,19 toneladas de material y abrió una nueva etapa de educación ambiental junto a recicladores de base.

La campaña permitió recuperar más de un millón de bolsitas Pilfrut



Las unidades educativas participaron activamente en la campaña "El Gran Reto de Pilfrut"

PIL recuperó más de un millón de bolsitas de Pilfrut, equivalentes a 2,19 toneladas de material, como resultado de la campaña "El Gran Recreo Pilfrut", que convocó a estudiantes, docentes y familias de distintas unidades educativas de la ciudad. La iniciativa marcó además el inicio de "El Viaje de la Bolsa", una propuesta orientada a promover hábitos de reciclaje y educación ambiental.

Como parte de la campaña, los participantes aprendieron el proceso de recuperación adecuado de las bolsitas a través de "El Viaje de la Bolsa", una metodología que contempla cuatro pasos: cortar por tres lados, lavar, secar y depositar en un contenedor de reciclaje. Esta dinámica permitió acercar a cientos de estudiantes a conceptos de economía circular y reciclaje responsable mediante una experiencia práctica dentro de sus unidades educativas.

"A través de capacitaciones, contenidos digitales y contenedores de recolección que serán instalados en unidades educativas y otros espacios, 'El Viaje de la Bolsa' busca fortalecer hábitos de reciclaje, acercar a la población a la economía circular y promover acciones simples que generan un impacto real", afirmó Javier Basta, gerente Legal e Institucional de PIL Bolivia.

La iniciativa fue impulsada inicialmente mediante la campaña promocional "El Gran Recreo Pilfrut", que premió a los cursos de último grado que lograron recolectar la mayor cantidad de bolsitas recuperadas correctamente. El pesaje se realizó el 1 de junio y los colegios ganadores fueron la unidad educativa Manantial de Vida B y Marcelo Quiroga Santa Cruz, que



PIL Bolivia inicia con "El Viaje de la Bolsa", una propuesta orientada a promover hábitos de reciclaje y educación ambiental

Más de 2 toneladas de bolsitas recuperadas impulsan el inicio de "El Viaje de la Bolsa" en Bolivia

recibirán Bs. 70.000 y Bs. 30.000, respectivamente.

UNA INICIATIVA PARA EXTENDER EL RECICLAJE

Más allá de los resultados de la jornada, la actividad marcó el inicio de "El Viaje de la Bolsa", una iniciativa de educación ambiental desarrollada junto a Bolivia Cero Residuos, programa de reciclaje de la Fundación Creamos Juntos. La propuesta busca enseñar qué ocurre con una bolsita después de ser consumida y demostrar que, cuando se recicla correctamente, puede convertirse en materia prima para nuevos productos.

La iniciativa contó además con

EL DATO

70

MIL BOLIVIANOS RECIBIÓ COMO PRIMER PREMIO LA UNIDAD EDUCATIVA GANADORA.

la participación de asociaciones de recicladores de base, que acompañaron la recepción, clasificación y aprovechamiento del material recolectado. En coordinación con Bolivia Cero Residuos, PIL entregó equipamiento de apoyo, entre ellos big bags, uniformes y gorras, con el ob-

jetivo de fortalecer las capacidades de quienes cumplen un rol clave en la cadena del reciclaje.

Todo el material recuperado durante la campaña fue entregado a estas asociaciones, contribuyendo directamente a su actividad económica y reconociendo el valor de un trabajo que permite que miles de materiales tengan una segunda oportunidad.

Las personas interesadas en conocer más sobre el proceso de reciclaje de las bolsitas y sumarse a esta iniciativa pueden acceder gratuitamente a la capacitación digital de "El Viaje de la Bolsa" mediante el siguiente enlace: <https://creamosjuntos.org/course/viaje-de-la-bolsa>.



Desafío. Las IFDs que operan en Bolivia hoy enfrentan desafíos regulatorios y de financiamiento, que podrían limitar su capacidad de ampliar el acceso a servicios financieros para sectores más vulnerables.

PRO MUJER

impulsa la inclusión financiera y el desarrollo de más de 2,5 millones de mujeres en Bolivia

Nacida en Bolivia hace 36 años, Pro Mujer se ha convertido en una de las organizaciones de inclusión financiera con enfoque de género más importantes de la región. Tiene operaciones en Nicaragua y Guatemala, mientras que su modelo de salud y asistencia técnica alcanza ya a 23 mercados de América Latina. Su modelo integra servicios financieros con salud preventiva, educación financiera, capacitación digital, apoyo al emprendimiento y programas de atención a víctimas de violencia.

Pro Mujer atiende hoy a más de 105.000 personas al año en Bolivia, de las cuales cerca del 70% son mujeres - principalmente emprendedoras vinculadas a la economía informal - y 74% son millennials y generación Z. Además, estima haber impactado directamente a más de 2,5 millones de mujeres bolivianas desde el inicio de sus operaciones, con beneficiarios indirectos que se multiplican por cuatro.

Pese al complejo entorno país, la entidad mantiene indicadores financieros sólidos. Según datos institucionales y reportes recientes, Pro Mujer cerró 2025 con una cartera de créditos de \$us 185,4 millones, que tuvo un crecimiento interanual de 2,84% y una mora cercana al 3,4%. Asimismo, registró un coeficiente de adecuación patrimonial (CAP) de 17,44% por encima del mínimo regulatorio exigido.

La cartera de microcrédito grupal concentra el 43% y fue diseñada para personas que no cuentan con garantías tradicionales ni historial financiero formal; precisamente por eso, asegurar condiciones adecuadas para la inclusión financiera en el país

es un objetivo central de Pro Mujer.

DESAFÍOS REGULATORIOS

Consultada por Economy, Carmen Correa, CEO de Pro Mujer Internacional, señaló que las instituciones financieras de desarrollo que operan en Bolivia hoy enfrentan desafíos regulatorios y de financiamiento, que podrían limitar su capacidad de ampliar el acceso a servicios financieros para los sectores más vulnerables.

Correa destacó la importancia de avanzar hacia marcos regulatorios que reconozcan las particularidades de las entidades con propósito social y faciliten el desarrollo de modelos de inclusión financiera sostenibles. “Las IFD no somos iguales a un banco tradicional. Tenemos un propósito social. En el caso de Pro Mujer, trabajamos con mujeres que muchas veces ni siquiera tienen acceso a una cuenta bancaria”, enfatizó Correa.

La ejecutiva subrayó que Bolivia necesita avanzar hacia una regulación más flexible y adaptada a la realidad de las microfinanzas y la economía informal, para seguir fomentando la inclusión financiera real y proteger a los sectores más vulnerables.

“Hoy nos encontramos con barreras a nivel local y un acompañamiento que podría ser más fluido por parte del regulador”, afirmó la ejecutiva, a tiempo de destacar la



Lider. La CEO de Pro Mujer Internacional estuvo en mayo en el país a invitación de Cainco

importancia de contar con una normativa diferenciada para entidades que combinan objetivos comerciales con un fuerte propósito social y de inclusión financiera.

OTROS RETOS LOCALES

Más allá del crédito, Correa sostiene que es clave que la regulación pueda proteger y fortalecer servicios complementarios que hoy son fundamentales para miles de mujeres, como los que brinda su institución: salud preventiva, educación financiera, capacitación digital, apoyo al emprendimiento y programas de

atención a víctimas de violencia. Pro Mujer benefició a más de 105.000 bolivianos con servicios asequibles de salud.

El contexto macroeconómico boliviano también aparece como un factor de preocupación. La escasez de dólares, las dificultades para transferencias internacionales y el aumento del costo financiero están afectando especialmente a entidades como las IFD, que históricamente dependieron de líneas multilaterales y fondos internacionales de impacto.

Pro Mujer financia parte importante de su cartera mediante emisiones, titularizaciones y recursos provenientes del exterior. No obstante, la CEO de la organización reconoció que muchos inversionistas internacionales mantienen cautela frente a Bolivia. “Hay financiadores que quieren volver al país, pero todavía están esperando señales claras. Bolivia tiene mucho potencial, pero necesita generar condiciones propicias para atraer inversión”, concluyó Carmen Correa.



Labor.

Pro Mujer ha impulsado la inclusión financiera con un fuerte propósito social

Bloqueos y recesión empujan a Bolivia hacia un escenario económico inédito

Perspectiva. Analistas proyectan una caída más profunda del PIB y consecuencias a mediano y largo plazo en la economía nacional. La actual crisis, que no tiene precedentes en las últimas cuatro décadas, llevó al borde del abismo a miles de unidades productivas.

POR: WALTER VASQUEZ

Desde el fin de la hiperinflación (1985), Bolivia arrastró crisis sociopolíticas similares a las que vive hoy, pero en ningún caso en un escenario de recesión económica y más aún en un contexto de crecientes señales de estanflación. Por esta razón, los bloqueos dejarán resultados recesivos por determinar en este y los siguientes años. En más de 40 días se han generado pérdidas acumuladas que superan los \$us 2.500 millones.

“Los actuales bloqueos son más severos” que en el anterior gobierno “y muy posiblemente tendrán efectos más severos”, apuntó Beatriz Muriel, directora del Instituto de Estudios Avanzados en Desarrollo (Inesad).

El corte de rutas, que se extiende ya por más de 40 días, se registra en uno de los peores momentos de la economía nacional, ya que combina quiebre logístico y conflictividad territorial y política prolongada con déficit fiscal permanente, debilitamiento institucional, escasez estructural de dólares, caída de exportaciones de gas, presiones inflacionarias persistentes y deterioro de la confianza.

“Por tanto, el margen de maniobra del Estado es mucho menor que en crisis anteriores”, dijo a Economy Giovanni Ortuño, presidente de la Confederación de Empresarios

LOS APUNTES

Efectos de un riesgo país elevado:

Corto plazo:

El Estado paga tasas de interés más altas para conseguir financiamiento externo.

Reduce el interés de inversionistas internacionales.

Mediano plazo:

Las empresas privadas tienen más dificultades para acceder a crédito externo o lo hacen a costos más elevados.

Puede acelerar la salida de capitales o la dolarización informal.

Privados de Bolivia (CEPB).

“La crisis sociopolítica actual profundizará la recesión” y, “lo que es aún peor, afectará negativamente la dinámica productiva en el futuro, con menores inversiones y emprendimientos de mediana y alta productividad”, afirmó Muriel. Y “este escenario se está agudizando a medida que los días de bloqueo se alargan”, agregó.

“Las proyecciones que existían a inicios de año —que ya eran pesimistas—, partían de una expectativa de estabilización gradual, pero los bloqueos prolongados, la conflictividad política y la creciente incertidumbre institucional están afectando directamente la actividad económica, el abastecimiento, las exportaciones y la confianza de inversionistas y consumidores. Esto impactará negativamente en las estimaciones iniciales. Es inevitable”, lamentó Ortuño.

René Martínez, analista de presupuestos públicos de la Fundación Jubileo, expresó también su preocupación: “La economía está muy golpeada (...). Estamos en una situación muy complicada, en una recesión económica que viene desde 2024” y, “cuando ya estás en bajada, esto (la crisis) puede tener un impacto más complejo”.

Desde hace dos años, Bolivia atraviesa una clara recesión que afecta a la producción y a la economía. Para esta gestión, el Gobierno de Rodrigo Paz proyectó un decrecimiento de -1,28%, el Banco Mundial de -0,3,2% y el FMI de -3,3%. Estas perspectivas, no obstante, pueden quedar cortas.

“Ni el Gobierno ni los organismos internacionales consideraron (en sus previsiones) este clima de conflictividad”, expresó Martínez.

Las pérdidas por los bloqueos restarán al PIB al menos medio punto porcentual de crecimiento, es decir, pasará de -3,3% a -3,8%, proyectó Hugo Siles, economista de la Cámara Nacional de Industrias (CNI), quien recordó también que los 52 días de paro que afectaron a Colombia en 2021 le costaron a ese país un 2% de su PIB.

Fernando Romero, secretario de Finanzas de la Gobernación de Tarija, coincidió en que el decrecimiento será mayor al -3%. El economista calculó que en un mes de bloqueos, las pérdidas representa un 4% de PIB.

Y los efectos de este escenario negativo ya se comenzaron a cuantificar. El riesgo país de Bolivia au-



Protesta. Ciudadanos y organizaciones civiles de la ciudad de La Paz marcharon en contra de los bloqueos en el país

mentó de 317 puntos básicos (pb) el 1 de mayo a 605 pb el 22 del mismo mes, lo que convierte al país en el segundo más riesgoso para invertir; y la competitividad del país está seriamente dañada, por la ruptura de cadenas de suministro y el incumplimiento de contratos, lo que derivará en la pérdida de mercados que serán difíciles de recuperar. La inflación proyectada en 14,94% puede terminar más allá incluso del 20,7% previsto por el FMI.

La inflación de mayo (2,13%) fue la más alta en lo que va de 2026. El sector más inflacionario fue alimentos y bebidas, que se incrementó en 6,05%. En La Paz, el departamento más castigado por el cerco, el aumento de precios fue de 5,41%.

Empresas al límite: la crisis golpea empleo, producción e inversión

La prolongación de la conflictividad y la incertidumbre política impactan directamente sobre la sostenibilidad del aparato productivo boliviano. “El sector privado está operando en condiciones extremadamente difíciles. Tenemos empresas con problemas de liquidez, dificultades para acceder a dólares, incremento de costos operativos, caída de demanda y una creciente incertidumbre jurídica y política”, indicó el Presidente de la CEPB.

“Muchos sectores han demostrado resiliencia durante años, pero esa capacidad tiene límites. Lo que hoy está en riesgo no es solamente la rentabilidad empresarial; está en riesgo el empleo formal, la inversión y la sostenibilidad de miles de unidades productivas”, alertó.

Si la conflictividad continúa y no se generan señales claras de estabilidad y acuerdos nacionales, anticipó, habrá cierre de empresas, mayor informalidad, reducción de inversiones y una contracción más profunda del aparato productivo.

Todos los sectores están afectados, pero lo están en especial logística, turismo, servicios de salud y transporte, el cual además lidia con la escasez de diésel y gasolina, indicó Muriel. Romero consideró, a



Efecto. Se estima que los bloqueos disminuirán en más de 2% el PIB nacional de 2026

su vez, que los que tardarán más en recuperarse son comercio exterior, construcción, turismo e inversión privada. Las pequeñas y medianas empresas son las más expuestas, expresó Ortuño, porque tienen menos capacidad financiera para soportar semanas de paralización. “Muchas ya operan al límite entre informalidad, endeudamiento y caída de ventas”.

Hay empresas “pequeñas, pero también grandes que ya han detenido su producción”, alertó Siles.

“Cuando una economía entra en incertidumbre prolongada, las empresas postergan proyectos, fre-

nan expansión y reducen contratación. Además, el sistema financiero se vuelve más conservador para otorgar créditos. Esto puede dejar secuelas más duraderas. La recuperación logística puede ser rápida; recuperar confianza empresarial y flujo de inversiones puede tomar años”, explicó Romero.

“Hay riesgos evidentes de profundización de la desaceleración económica e incluso de una crisis insostenible en algunos sectores. Y cuando un país pierde previsibilidad, se paralizan inversiones, cae el consumo y se frena la generación de empleo”, complementó Ortuño.

EL DATO

576

Puntos Básicos cerró el riesgo país de Bolivia el mes de mayo, según datos del Emerging Markets Bond Index (EMBI) elaborado por JPMorgan Chase & Co.

un fondo de financiamiento para el sector transporte.

El ministro de Economía, José Gabriel Espinoza, dijo a El Deber que el mayor impacto de los bloqueos no puede medirse únicamente en términos del PIB o exportaciones, sino en los ingresos perdidos por las familias.

El bloqueo de caminos es una medida de presión que deteriora la producción, el consumo, el empleo y la inversión. Pero en el actual contexto, el corte de rutas tiene un doble efecto: reduce la actividad económica mientras encarece productos básicos debido a la escasez y especulación. En otras palabras, la economía produce menos, pero los precios siguen subiendo.

El impacto golpea con mayor fuerza a las empresas, que operan con márgenes cada vez más reducidos, menor liquidez y menor capacidad para absorber pérdidas. A ello se suma el incremento de costos logísticos y el deterioro de confianza de inversionistas y consumidores.

A diferencia de una etapa de crecimiento, en la que la economía puede absorber parte del impacto temporal; cada bloqueo instalado en un escenario de recesión acelera el cierre de negocios, la pérdida de empleos, la reducción de ingresos fiscales y el deterioro de las expectativas económicas.

Medidas temporales y reformas estructurales de largo plazo

“Este año todavía enfrentaremos una recesión; sin embargo, lo que vaya a suceder en adelante va a depender de la estabilidad económica y de los ajustes que se implementen. Son medidas que fueron postergadas durante muchos años por el anterior gobierno” indicó Martínez.

Estas medidas no resolverán la situación económica “de la noche a la mañana, pero si pueden dar señales de reconducción en el mediano y largo plazo”, acotó. Pero si no se aplican, la economía seguirá deteriorándose.

El Presidente de la CEPB recomendó evitar “decisiones improvisadas que terminen afectando a la población y al aparato productivo. No se puede seguir administrando una crisis estructural con medidas temporales. Bolivia necesita reformas, inversión y producción”.

Los industriales calculan que solo en los primeros 29 días de bloqueo las pérdidas para el sector industrial suman \$us 1.680 millones, en tanto que los exportadores reportaron una pérdida de más de \$us 1.000 millones. Es decir, solo en dos sectores las pérdidas ya son mayores a \$us 2.680 millones.

Para mitigar este enorme impacto, el Gobierno aprobó dos decretos que buscan estabilizar la economía en el corto plazo: el refinanciamiento o reprogramación de créditos a los afectados por los conflictos sociales, bloqueos y otros eventos adversos; y la importación excepcional de solventes para la industria. Una tercera medida anunciada es la creación de

Efectos. Sumado a los problemas internos, los conflictos bélicos entre EEUU e Irán tendrán un alto impacto sobre el costo local de los carburantes y en consecuencia sobre el déficit fiscal.

Problemas en todos los frentes

El contexto externo parece no estar tampoco a favor de Bolivia. Por su duración y su impacto en la cotización internacional del crudo, la guerra entre Estados Unidos e Israel contra Irán –por ejemplo– tiene efectos en las cadenas internacionales de logística y en los costos de producción en varias industrias mundiales.

En Bolivia ese impacto es doble. Al elevarse los precios del petróleo, el país necesita conseguir más divisas para la importación –lo que ya era difícil antes del conflicto bélico– y aumenta la subvención a los hidrocarburos, precisó Martínez.

“Esto presionará a un mayor gasto público, en un contexto donde este ya es alto”, aseveró Muriel. “La reducción del conflicto permitirá bajar el precio del petróleo, pero difícilmente llegará a lo supuesto en el Presupuesto General del Estado”, acotó.

“De mantenerse (el conflicto



Situación. El sector del transporte pesado también se sumó a las protestas, ocasionando más puntos de bloqueos en La Paz y El Alto

bélico), tendrá un alto impacto sobre el costo local de los carburantes y –en consecuencia– sobre el déficit fiscal. El problema es que Bolivia ya enfrenta dificultades estructurales para sostener el actual esquema de subsidios. Si el precio internacional de los hidrocarburos sube de manera significativa, la presión fiscal podría volverse insostenible”, advirtió Ortuño.

“Para Bolivia eso representa un problema fiscal enorme”, coincidió Romero. “Una flexibilización del conflicto, en cambio, reduciría presión sobre precios internacionales y daría algo de alivio fiscal temporal. Sin embargo, el problema estructural seguirá existiendo. Hoy la capacidad del Estado para sostener subvenciones es cada vez más limitada porque las reservas internacionales

son menores, la producción de gas cayó y el déficit fiscal sigue alto. El modelo todavía puede sostenerse un tiempo, pero con costos crecientes y menor margen financiero cada mes”, explicó. Muriel pidió, empero, estar atentos a los precios de los minerales (oro, plata, wolfram, zinc), que al incrementarse también por la crisis en Oriente Medio pueden contrarrestar el alza del crudo.

Mayor riesgo económico

Los entrevistados coincidieron en que, en un escenario de creciente conflictividad política y social, Bolivia enfrenta riesgos estructurales que van más allá de la coyuntura inmediata. Para Romero, el mayor riesgo es que Bolivia se quede sin capacidad sostenible para generar dólares mientras mantiene un modelo económico que depende cada vez más de gasto, subsidios y endeudamiento.

“Bolivia todavía funciona, paga obligaciones y mantiene estabilidad parcial, pero cada vez con menor margen financiero. Cuando una economía genera menos divisas, pero necesita más dólares para importar combustible, pagar deuda y sostener subsidios, la presión se acumula sobre reservas, tipo de cambio y confianza. Si no se recu-

pera la inversión, exportaciones y credibilidad institucional, la economía puede entrar en una etapa de ajustes más duros, mayor conflictividad y crecimiento muy débil durante varios años”, aseveró.

Para Martínez, el mayor riesgo tiene que ver también con la crisis de balanza de pagos, una situación heredada del anterior gobierno y fruto de varios fracasos y errores de política económica. “Este no es un problema que se resuelva de la noche a la mañana. Para empezar, hay que aplicar medidas muy complejas, como flexibilizar el tipo de cambio, devolver los depósitos en dólares del público (más de \$us 2.000 millones) y reconstituir un sector exportador como el de hidrocarburos, que toma más de siete años”.

Para Muriel, el principal riesgo



Amenaza. El mayor riesgo es que Bolivia se quede sin capacidad para generar dólares

son los problemas de gobernabilidad, “que se intensifican con prácticas rentistas y clientelistas, y que han deteriorado fuertemente el clima de inversiones”.

“Nuestro mayor riesgo eco-

nómico es tolerar la conflictividad violenta y normalizar la pérdida de confianza, porque ambos factores deterioran las condiciones para producir, invertir y generar empleo”, concluyó Ortuño.



Familia. Impulsada por la esencia de las gemelas Ana Carola y Ana Fabiola Gonzales Vaca, esta firma nace de un hogar unido y de la constante pasión de crear recuerdos eternos.



Eventos. Fabiola Gonzales, ultimando detalles



Constancia. Las hermanas Gonzales



Creatividad. Eventos de alto nivel

Event Design Bolivia: Constancia, unión y detalles perfectos

Las páginas de las revistas brasileñas de grandes eventos solían ser el refugio donde Ana Fabiola Gonzales Vaca proyectaba un anhelo que parecía lejano, bajo una mirada íntima con la que confiesa: “me imaginaba que uno de los míos también fueran tan lindos”. Aquella inspiración inicial comenzó a materializarse cuando, junto a su hermana gemela Ana Carola Gonzales Vaca, fundó y asumió la dirección de Event Design Bolivia, una empresa de organización y producción de eventos que hoy se erige como un referente en el sector.



Ana Fabiola GONZALES VACA
Event Design Bolivia

Además, al ser hermanas gemelas, compartimos valores, sueños y una visión muy similar de lo que queremos construir.”

LOS CIMIENTOS

Los primeros pasos de este proyecto empresarial estuvieron marcados por la incertidumbre propia de quien edifica desde los cimientos, un periodo donde “cada proyecto era una oportunidad” para demostrar su compromiso y creatividad en un entorno nuevo. El camino del emprendimiento conjunto planteó interrogantes económicos y humanos que pusieron a prueba la firmeza de la propuesta, llevando a las empresarias a cuestionar seriamente si “valía la pena invertir más recursos económicos y humanos para poder lograrlo”. Frente a las dudas surgidas en los momen-

tos complejos, el soporte mutuo, el entusiasmo y la pasión compartida por moldear experiencias inolvidables actuaron como el motor esencial que impulsó la continuidad del negocio.

Las diferencias de opinión, naturales al fusionar el ámbito personal con el profesional, hallaron un equilibrio mediante una estructura de gestión interna basada en pilares fundamentales. “Aprendimos a escuchar nuestras ideas con apertura, a valorar las fortalezas de cada una y a tomar decisiones pensando siempre en el bienestar del proyecto”, explica Ana Fabiola.



Equipo. Ana Fabiola Gonzales Vaca junto a su hermana gemela Ana Carola Gonzales Vaca

EL DATO

11

AÑOS TRAYECTORIA.
LIDERANDO DISEÑO DE EVENTOS EN BOLIVIA CON EXCELENCIA.

una industria enfocada en el detalle encuentra su motivación en la reacción estética y emocional de los usuarios al ver plasmadas sus ideas en la puesta en escena final, impulsadas por el deseo constante de “transformar ideas en experiencias inolvidables”. “Lo más valioso es el impacto que generamos en las personas”, reflexiona la empresaria, añadiendo que el crecimiento y el reconocimiento comercial son la consecuencia directa de una gestión basada en la excelencia.

Para la dirección de la productora, la mayor enseñanza de esta trayectoria es que “cuando se unen el esfuerzo, la constancia y la pasión, los sueños dejan de ser un deseo para convertirse en una realidad”. El camino recorrido por las fundadoras desmonta el mito de la preparación perfecta y deja un mensaje claro para el liderazgo femenino: “no esperen a sentirse completamente listas para comenzar”. Al final, el crecimiento nace de la valentía y del talento propio.

Compartir una identidad como hermanas gemelas les otorgó una ventaja estratégica al alinear de manera natural sus valores, sueños y la visión a largo plazo del negocio, para “demostrar que se puede lograr lo que uno quiere cuando se trabaja con amor y perseverancia”.

La consolidación de la firma llegó cuando el flujo de recomendaciones de los clientes empezó a tejer una reputación sólida, confirmando que el esfuerzo inicial trascendía el ámbito de los deseos para asentarse como una realidad corporativa. La dinámica diaria en

PARA ELLAS

El legado más importante comenzó en casa

POR: NOELIA RENDÓN

Detrás de cada una de ellas hay una historia que comenzó mucho antes de los cargos, los reconocimientos y los logros profesionales. Patricia Hurtado, Viviana Angulo, Pamela Gil y Ángela Arzadum construyeron carreras en ámbitos distintos, pero hoy coinciden en una certeza: algunos de los momentos que más marcaron sus vidas ocurrieron lejos de las oficinas, en casa, acompañando el crecimiento de sus hijos e hijas mientras ellas también aprendían, cambiaban y crecían. Sus recuerdos hablan de años intensos, de metas por alcanzar y responsabi-

lidades que parecían multiplicarse cada día. Pero también de alegrías inesperadas, de conversaciones que quedaron grabadas para siempre y de esos pequeños instantes que, sin hacer ruido, terminan dando sentido a los grandes esfuerzos. En medio de ese recorrido descubrieron que el éxito puede tener muchas formas. Hoy, cuando miran hacia atrás, no solo recuerdan los desafíos que superaron o las posiciones que alcanzaron. Recuerdan a las personas que caminaron junto a ellas, las enseñanzas que nacieron de la maternidad y la forma en que sus hijos e hijas terminaron convirtiéndose en parte esencial de la historia que estaban construyendo. Porque si algo une sus trayectorias, es la certeza de que los logros más valiosos suelen dejar huella mucho más allá de la vida profesional.

“Mis hijas son mi mayor inspiración”

■ **Los inicios** de la carrera de Patricia Hurtado, presidenta de la Fundación Iguales, estuvieron marcados por la intensidad y el deseo de formar un hogar. En una etapa de incertidumbre, la empresaria confiaba en que la perseverancia abriría caminos. “La maternidad me enseñó que no todo depende de la voluntad ni del esfuerzo inmediato”, explica Hurtado, quien debió aprender paciencia, humildad y a desarrollar una fortaleza distinta ante las dificultades.

Cuando sus hijas eran pequeñas, el avance profesional exigió integrar ambas dimensiones. Tras vivir momentos de sentir que llegaba tarde a todo, comprendió que la perfección es una expectativa imposible y que lo clave era estar presente. Sus hijas fueron la motivación para no rendirse, verlas hoy independientes es su mayor logro. Para Hurtado, el éxito es lograr coherencia con los valores propios: “Muchas decisiones importantes de mi vida estuvieron influenciadas por la clase de ejemplo que quería darles”. Con los años, entendió que el desafío no es elegir entre familia y carrera, sino evitar perderse a uno mismo en el proceso. Aun-



Los cargos pasan, los proyectos cambian, pero la familia y el legado que dejamos en las personas que amamos permanecen.”

Patricia
HURTADO



Inspiración. Patricia Hurtado junto a sus dos hijas, Irene y Adriana

que hoy ve más oportunidades y referentes femeninos, cree que los retos esenciales siguen siendo los mismos. Al mirar atrás, asegura que le aconsejaría a la Patricia de ese entonces disfrutar más del proceso, entendiendo que la vida no ocurre al alcanzar una meta, sino en cada paso del camino.

“Educar no solo significa enseñar, sino aprender”

■ **Iniciar la carrera** profesional mientras se construye una familia exigió a la ingeniera Pamela Gil Dávila, vicerrectora de Univalle Sede Santa Cruz, asumir múltiples responsabilidades y salir de su zona de confort. Aquellos inicios estuvieron marcados por la exigencia de administrar cuidadosamente el tiempo debido a un trabajo con viajes constantes dentro y fuera del país, un reto complejo en una época donde los espacios de liderazgo para las mujeres eran limitados y alcanzar cualquier meta requería el doble de esfuerzo.

Lejos de ser un obstáculo, el crecimiento de sus hijos se transformó en la experiencia más enriquecedora de su vida. “La maternidad nos brinda una visión integral de nuestro entorno y nos enseña a gestionar simultáneamente diferentes responsabilidades”, explica la académica. Para Gil, esta faceta desarrolla capacidades extraordinarias de organización, empatía y toma de decisiones. Por ello, aunque hoy ve más mujeres liderando, sostiene que la maternidad no limita el crecimiento, sino que es una fuente de



Hoy puedo decir con orgullo que haber formado dos personas íntegras, es el logro más importante de mi vida.”

Pamela
GIL



Fortaleza. La ingeniera Pamela Gil acompañada de su esposo e hijos.

fortaleza. “El mejor legado que podemos dejar a nuestros hijos es el ejemplo de una mujer que lucha por sus objetivos con pasión, integridad y perseverancia”, concluye.

Historias. Cuatro mujeres que desarrollaron sus carreras mientras formaban una familia comparten los aprendizajes que marcaron sus vidas. Descubrieron que el éxito va más allá de los cargos y reconocimientos, y que el legado más importante se construye junto a quienes más aman.

“Mi familia es mi mayor motivación”

■ **Forjar** una carrera en una industria exigente y tradicionalmente masculina representó un nuevo desafío en cada paso para Ángela Arzadum, gerente corporativa de C-trans Bolivia. Tras más de veintiocho años de trayectoria, consolidó un camino exitoso sin dejar de lado su esencia humana y los valores familiares, una búsqueda de equilibrio que cobró un significado aún más profundo con su mayor anhelo personal.

Durante cinco años, junto a su esposo Alfredo Martínez, intentó convertirse en madre en un proceso complejo. “Y llegó un punto en el que decidimos soltar y dejar las cosas en manos de Dios. Entonces llegó Mar”, recuerda. Aunque el mundo vivía un encierro lleno de miedo por la pandemia, para ellos fue el tiempo más hermoso al verla crecer y sentir el hogar completo junto a quien se convirtió en su gran milagro.

Hoy, Mar le enseñó a valorar el tiempo y a entender que el éxito no se mide solo en logros profesionales. “Muchas de las

“Entendí que no tengo que elegir entre ser madre o ser profesional. Ambas facetas forman parte de quien soy hoy”



Gran milagro. Ángela Arzadum junto a su hija Mar

habilidades que más valoro como líder fueron fortalecidas precisamente por mi experiencia como madre”, reflexiona con la certeza de que el verdadero liderazgo nace del corazón del hogar.

LOS DATOS

■ **La Fundación Iguales a través del estudio de 2021, titulado:** “Participación de la Mujer en la Mediana y Gran empresa en Bolivia”, reveló que el 25% de estas compañías en el país tiene a una mujer como máxima autoridad, aunque la brecha de género aumenta en los niveles directivos y varía según el sector.

■ **El análisis, que tomó una muestra de 150 empresas en el eje troncal** de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, destaca que la ausencia femenina en cuadros de alta dirección es evidente, pues en comercio y servicios la representación en gerencias alcanza apenas el 15%, mientras que en la industria cae al 10%. En contraste, la presencia es mayor en los mandos medios de jefaturas, donde el comercio llega al 41%, la industria registra el 24% y los servicios el 22%, situando la representación general de las mujeres en un 35% del total de las planillas del sector corporativo nacional.

■ **A pesar de haber sido lanzado originalmente en diciembre de 2021,** los indicadores de este informe

siguen utilizándose hoy como la base estadística de referencia obligatoria para entender la realidad del liderazgo femenino, demostrando que el camino hacia la equidad aún requiere romper los techos de cristal más altos.

■ **Otro de los hallazgos del estudio es que la presencia de mujeres** disminuye conforme aumenta el nivel jerárquico dentro de las organizaciones. Aunque existe una participación significativa en posiciones operativas y de jefatura, el acceso a cargos de alta dirección continúa siendo reducido. Esta diferencia refleja que el desafío no está únicamente en incorporar más mujeres al ámbito empresarial, sino también en generar condiciones que permitan su crecimiento y permanencia en los espacios donde se toman las decisiones estratégicas de las compañías. Los resultados evidencian que todavía existe una brecha importante entre la participación femenina en la fuerza laboral y su representación en los niveles de mayor liderazgo y toma de decisiones.

“Creo en la crianza compartida”

■ **Consolidar** una vida profesional e independiente antes de casarse marcó la diferencia para Viviana Angulo, directora y cofundadora de Pista8. Aquella madurez anticipada le permitió asumir el matrimonio y, tres años después, su primera maternidad como un profundo descubrimiento interno. Sus hijas nacieron en países diferentes y con siete años de diferencia; la primera la enfrentó a las emociones e inseguridades, mientras que a los 37 años, con la segunda, poseía una mayor conciencia de los riesgos y las responsabilidades.

En este trayecto, su esposo resultó una pieza fundamental a través de una crianza compartida que fortaleció a la familia. “Su apoyo fue clave para que yo pudiera seguir desarrollándome profesionalmente (...) nunca ver la maternidad como una limitación o una pausa”, explica Angulo. Ver a sus hijas relatar con profunda admiración su labor fue la confirmación de que cada sacrificio valió la pena. “La maternidad es probablemente la escuela de liderazgo más exigente que existe”, afirma. Con los

“Ser madre en dos países distintos, me permitió comprender cómo el contexto influye a la maternidad y el trabajo”

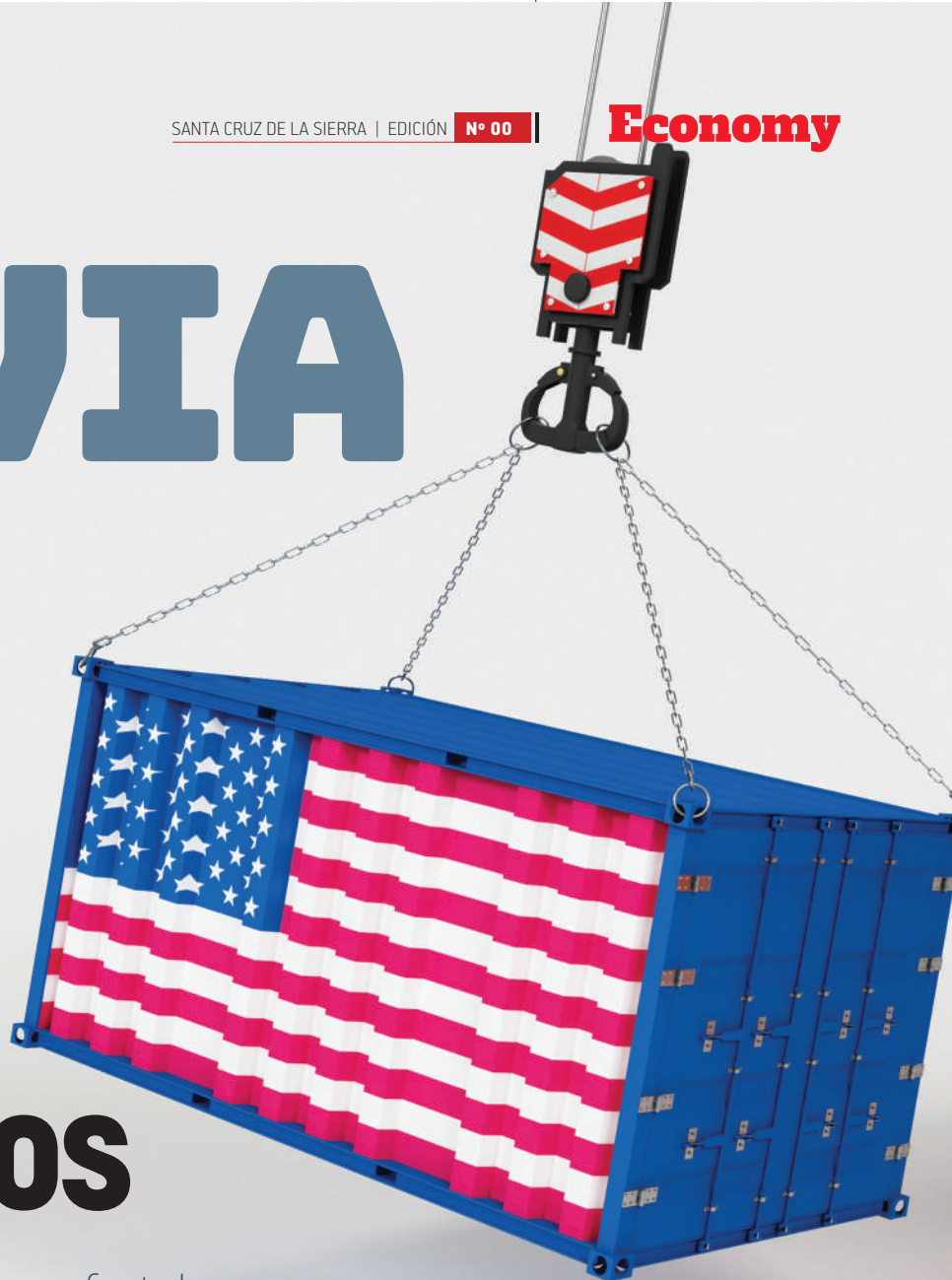


Éxito. Viviana Angulo acompañada de una de sus hijas

años, comprendió que el tiempo pasa más rápido de lo imaginado y que, al final del día, los momentos cotidianos junto a las personas que ama son el verdadero y más grande éxito de la vida.

BOLIVIA

En el centro de la disputa económica entre China y Estados Unidos



En la mira. Mientras ambas potencias buscan fortalecer su presencia en sectores estratégicos de Latinoamérica. Bolivia emerge como una pieza clave en la competencia global por recursos esenciales para el futuro de la economía mundial.

Litio, gas natural, minerales críticos, agricultura, infraestructura y energías renovables han convertido a Bolivia en un territorio de creciente interés para las principales potencias globales. Mientras China fortalece su presencia mediante financiamiento, comercio y proyectos de integración regional, Estados Unidos busca ampliar la participación de sus empresas en sectores estratégicos de la economía nacional.

Aunque la rivalidad entre ambas naciones suele asociarse con tecnología, comercio internacional o inteligencia artificial, en América Latina la disputa tiene un componente mucho más tangible: el acceso a recursos estratégicos y mercados con potencial de crecimiento. En ese escenario, Bolivia se ha convertido en uno de los países más observados de la región.

El interés no es casual. El país posee aproximadamente 21 millones de toneladas de recursos de litio, según

estimaciones del Servicio Geológico de Estados Unidos (USGS), una de las mayores concentraciones del mundo. A ello se suman reservas probadas de gas natural estimadas en 12,5 billones de pies cúbicos, de acuerdo con datos de Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB), además de importantes yacimientos de plata, zinc, estaño, cobre y antimonio, así como extensas áreas con potencial para energías renovables y producción agroindustrial.

Estos recursos son considerados esenciales para la economía que se está construyendo a nivel global. El litio alimenta la expansión de los vehículos eléctricos y los sistemas de almacenamiento energético; los minerales críticos son fundamentales para la fabricación de tecnologías avanzadas; mientras que la energía y los alimentos continúan siendo pilares de la seguridad económica mundial.

La estrategia estadounidense hacia Bolivia refleja precisamente esa visión. Los sectores identificados como prioritarios para la inversión

y el comercio incluyen hidrocarburos, minería, maquinaria industrial, agricultura, transporte, salud y energías renovables, de acuerdo con Bolivia Country Commercial Guide, un documento publicado por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos de América. El objetivo es ampliar la participación de empresas privadas en actividades vinculadas al desarrollo tecnológico.

En el ámbito energético, el informe destaca que el interés se concentra en la exploración y producción de gas natural, la generación eléctrica y el desarrollo de fuentes renovables. Bolivia enfrenta actualmente el desafío de reponer reservas hidrocarbúricas y garantizar el abastecimiento futuro de energía, una situación que abre oportunidades para compañías especializadas en exploración, perforación, infraestructura y generación eléctrica.

La minería constituye otro de los principales focos de atención. El documento estadounidense afirma que existen expectativas sobre el potencial de minerales críticos y

INVERSIONES CLAVE EEUU

- **Nearshoring automotriz y aeroespacial (México):** expansión de plantas manufactureras y cadenas de suministro.
- **Minerales críticos y litio (Argentina y Perú):** financiamiento de proyectos mineros estratégicos.
- **Energía (Brasil y Colombia):** inversiones en petróleo, gas, biocombustibles y energías limpias.
- **Tecnología y servicios financieros (Brasil y México):** desarrollo de fintech, centros de datos e innovación digital.
- **Puerto de Montevideo (Uruguay):** infraestructura, servicios y condiciones para buques de EEUU.

tierras raras que todavía permanecen poco explorados. La incorporación de tecnologías avanzadas para exploración, procesamiento y extracción es vista como una oportunidad para incrementar la productividad y generar nuevas inversiones.

La agricultura también ocupa un lugar importante dentro de los intereses de inversión estadounidenses. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el sector agropecuario aporta alrededor del 14% del Producto Interno Bruto nacional.



EL DATO

21

millones de toneladas de litio posee Bolivia, de acuerdo con estimaciones del Servicio Geológico de Estados Unidos

Con una de las mayores reservas de litio del mundo, importantes recursos gasíferos y minerales críticos, Bolivia se posiciona como un escenario clave en la disputa económica y geopolítica entre Estados Unidos y China, por asegurar energía, materias primas y nuevos mercados.

PROYECTOS CLAVE CHINA

- **Puerto de Chancay (Perú):** conexión estratégica entre Sudamérica y Asia.
- **Litio y minería (Bolivia, Chile y Perú):** inversiones en cobre, litio y baterías.
- **Energía (Brasil y Argentina):** participación en petróleo, gas y energías renovables.
- **Redes eléctricas (Brasil):** desarrollo de infraestructura de transmisión y distribución.
- **Industria automotriz (México y Brasil):** expansión de fábricas de vehículos eléctricos y convencionales.



Sin embargo, continúa mostrando niveles de productividad inferiores a los de otros países de la región. La necesidad de sistemas de riego, maquinaria moderna, biotecnología y agricultura de precisión ha despertado interés entre proveedores internacionales que ven en Bolivia un mercado con amplio margen de crecimiento.

Mientras tanto, China desarrolla una estrategia de mayor alcance. El documento oficial de política hacia América Latina y el Caribe, propor-

cionado por el Consulado General de China en Santa Cruz, plantea una visión integral basada en comercio, infraestructura, energía, financiamiento, innovación tecnológica, manufactura, agricultura y cooperación científica. La apuesta china no se limita a sectores específicos, sino que busca fortalecer una red de integración económica capaz de consolidar relaciones de largo plazo con la región.

El documento oficial destaca la cooperación en infraestructura físi-

ca y digital, energías tradicionales y renovables, comercio bilateral, cadenas industriales, inteligencia artificial, investigación científica y conectividad logística. También incorpora instrumentos financieros destinados a facilitar inversiones y proyectos de gran escala.

En la práctica, ambas potencias económicas coinciden en varios sectores de interés. Mientras China suele respaldar proyectos vinculados a políticas de Estado y programas de integración regional, Estados Unidos

concentra gran parte de su estrategia en la actividad empresarial y la inversión privada.

Sin embargo, la competencia por Bolivia forma parte de un fenómeno mucho más amplio. América Latina se ha convertido en una de las regiones más importantes para la transición económica global.

El llamado "triángulo del litio", conformado por Bolivia, Argentina y Chile, concentra buena parte de los recursos necesarios para la fabricación de baterías.

- **Conexiones rápidas** en Panamá
- **Sin trámites** de migración ni aduana en la conexión
- Recibes el **equipaje en tu destino final**

Conecta con la dicha de volar.



¡Reserva ya! copa.com



Oficina
de ventas



Call
center



Agencias
de viajes

A STAR ALLIANCE MEMBER 

CopaAirlines 