

# 10 AÑOS **NEGOCIOS** PRESS

**"ESTAMOS ENFOCADOS EN CRECER JUNTO CON NUESTRA CADENA DE VALOR"**

**JOSÉ A. ABRAHAM HANDAL**  
**GERENTE GENERAL DE CBN**  
PAG 4

---

**VIDAS ROMPE SUS ESQUEMAS Y ANUNCIA TRES DÍAS DE FERIA PARA EL AÑO 2024**  
PAG 15

---



# CARTA AL LECTOR

**O**ctubre es el mes de la revolución femenina, la fecha de la reivindicación de los derechos, los logros que ha conseguido la mujer boliviana a lo largo de los años en todos los ámbitos, especialmente en el laboral y empresarial; y es en este espacio en el que queremos ahondar, el que se ha ganado, aunque todavía falta, y mucho. Pero, ¿qué nos impide avanzar a pasos apresurados, si la mujer, como ser humano tiene las mismas capacidades e inteligencia que un varón? pues todavía existen barreras, pero son externas, que tienen que ver con los estereotipos de género, la segregación del mercado de trabajo, la discriminación laboral, el acoso sexual y psicológico en el trabajo, las menores oportunidades de desarrollo de carrera en la organización, la ausencia de una política laboral consolidada, etc.

Algunos dirán que no somos aptas para realizar diversos trabajos por la fuerza física que se requiere; y otros responderán, la tecnología de estos tiempos permite cruzar límites inimaginables, y en ese aspecto no hay muralla alguna; lo cierto es que hasta ahora, no hay retos inalcanzables.

Hoy, las empresas buscan incorporar más mujeres en sus filas, pero les cuesta postular a alguna que tome las decisiones. Hay entidades que en el marco de sus acciones sociales, la incluyen en sus proyectos y ofrecen financiamientos para que alcancen sus metas, o se introduzcan al mercado laboral con emprendimientos propios.

Sí, la mujer es emprendedora, cuando se propone lograr un objetivo, lo consigue, tiene un "sexto sentido", una "corazonada" que nunca falla. Probablemente falten más de 100 años para que se cierren todas las brechas, tal como lo indicó la representante de ONU Mujeres en Bolivia en una entrevista que abordamos en esta edición, pero entre tanto, debemos seguir avanzando y nunca cansarnos, porque a cuesta de todo, estamos en espacios donde nunca creímos llegar. El camino es largo, pero siempre tiene un final.

UN PRODUCTO DE: **ENERGY MULTIMEDIA**

**EDICIÓN:**  
Yandira Toledo Jaldín  
editor@negociospress.com.bo

**GERENTE GENERAL:**  
Carmen Hurtado Montalván  
carmenh@energypress.com.bo

**WWW.NEGOCIOSPRESS.COM.BO**

**DISEÑO GRÁFICO Y SOCIAL MEDIA MANAGER:**  
Jhonathan Claros Caverio  
diseno@energypress.com.bo

**WEBMASTER:**  
Luis\_abimael@networkingbolivia.net  
**DISTRIBUCIÓN Y SUSCRIPCIÓN:**  
suscribase@energypress.com.bo

77679435  
 @negociospress  
 @negociospress

### Columnistas

Pedro Cabrera  
Aldana Fernández

David Villarreal  
Facundo Baudoin

MIEMBRO DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PRENSA (ANP)  
 PRIMER MEDIO DE COMUNICACIÓN EN BOLIVIA CON CERTIFICACIÓN ISO

Los artículos firmados son de entera responsabilidad de sus autores. Negocios Press no se identifica necesariamente con el contenido de los mismos.

TOYOTA

# ÚLTIMAS UNIDADES 2023

LAND CRUISER  
PRADO



Precios  
Imperdibles



**HILUX**  
VERSIÓN WORKER



**FORTUNER**



**COROLLA  
CROSS**  
VERSIÓN MID



facebook.com/TOYOTA BOLIVIA



CONTACT CENTER  
800-17-5200



www.toyota.bo

JOSÉ ANDRÉS ABRAHAM HANDAL

Gerente General CBN

# “VAMOS A TRABAJAR PARA SEGUIR TRANSFORMANDO LA COMPAÑÍA”

**DESAFÍO:** CBN tiene previsto seguir evolucionando en su sistema comercial apoyada en la tecnología, con el reto inmediato de consolidar el ecosistema digital de negocios BEES. La empresa cree firmemente, que la única manera de avanzar es teniendo un plan a corto, mediano y largo plazo de sostenibilidad para todas sus operaciones.

**Q** *¿Quién es Andrés Abraham Handal? ¿Cómo se define?*  
Soy boliviano, casado hace más de 10 años y orgullosamente padre de dos hijos.

Formado en economía, con un postgrado en gestión de negocios. Ingresé a Cervecería Boliviana Nacional hace unos 20 años, recorrí distintas áreas de la compañía que me permitieron desarrollar conocimiento en áreas como Marketing, Relaciones Corporativas y Ventas, hasta llegar a manejar nuestra operación de Paraguay como gerente General, previa a mi llegada a Bolivia este mes de octubre.

Laboralmente me defino como una persona muy enfocada y apasionada en lo que hago, que sabe que el aprendizaje constante es clave para siempre estar en busca de la excelencia.

Trabajar el largo plazo de manera consistente, no solo con visión interna, sino pensando que para que una compañía sea exitosa en el largo plazo, todo el ecosistema debe

progresar; desde clientes, consumidores, proveedores, entre otros.

Como boliviano estoy comprometido a que cada proyecto sea un éxito, y estoy muy emocionado por las oportunidades que el futuro depara hacia adelante.

*¿Qué significa para usted, como boliviano, ser el líder de una de las industrias más grandes del país?*

Para mí es el desafío más grande, tanto a nivel personal, como profesional. Regresar a Bolivia para liderar a la CBN es un sueño cumplido, es volver a mi hogar, al lugar donde me formé y al cual le debo lo que

alcancé fuera del país. En esta empresa empecé hace casi 20 años y siempre estuvo como una meta llegar algún día a esta posición. Me siento muy agradecido, ya que sin el apoyo de mi familia, que ha sido clave en este proceso, y de todos aquellos que durante estos años han trabajado conmigo, no hubiera sido posible.

Cervecería Boliviana Nacional es la empresa privada más importante del país, tiene un liderazgo de 137 años en la industria boliviana contribuyendo a lo largo de su historia al desarrollo nacional. Como empresa ha sido un modelo de resiliencia, esfuerzo, trabajo continuo, desarrollo e innovación.

Desde la pandemia, a la fecha, la empresa ha venido trabajando en un proceso de transformación, tanto desde portafolio, los procesos, hasta la digitalización. Estamos enfocados en crecer junto con nuestra cadena de valor, trabajando en conjunto con un gran equipo.

*¿Cuál es el principal reto ahora que asumió la gerencia de CBN?*

El reto inmediato es consolidar nuestro ecosistema digital

de negocios BEES. Esta es una plataforma que nos permite mejorar e innovar en nuestro modelo de atención a clientes. Quizá mucha gente no lo sabe, pero BEES es una de las plataformas digitales más importantes del mundo, que permite a nuestros clientes ser atendidos 24 horas al día, los 7 días a la semana, contando con asesoría comercial, club de puntos, mayor flexibilidad en entregas y otros tantos beneficios que potenciarán el desempeño de nuestros mayores aliados, nuestros clientes. BEES no solo nos permite vender nuestro portafolio de productos, sino que nos permitirá sumar otras empresas para la venta de otras

categorías más allá de las que siempre hemos comercializado desde CBN.

Es importante también destacar el crecimiento que estamos teniendo con nuestra cadena de retail TADA. Con TADA hemos ido creciendo año a año ofreciendo la oportunidad a los bolivianos de convertirse en emprendedores por nuestro modelo de franquicias. Adicionalmente, para nuestros consumidores, hoy TADA representa una gran propuesta de valor en cuanto a conveniencia en el servicio que ofrece.

Quiero destacar el trabajo de innovación que hemos venido desarrollando. Los consumidores bolivianos también han evolucionado desde la pandemia y nosotros hemos ido avanzando y entendiendo necesidades junto con nuevas ocasiones de consumo. En los últimos 3 años hemos lanzado al mercado nuevas marcas, nuevos líquidos, empaques y presentaciones que hoy representan la mayor parte de nuestro volumen de ventas.

*¿Qué está haciendo la empresa en cuanto a sostenibilidad? ¿Es una prioridad para*

“  
**Cervecería Boliviana Nacional es la empresa más importante del país, tiene un liderazgo de 137 años contribuyendo a lo largo de su historia al desarrollo nacional**”

“  
**En los últimos 3 años hemos lanzado al mercado nuevas marcas, nuevos líquidos, empaques y presentaciones que hoy representan la mayor parte de nuestras ventas**”

**CBN?**

Nada de lo que he mencionado anteriormente serviría sin un propósito que apoye al país más allá de nuestras obligaciones formales, como por ejemplo el pago impuestos o la generación de empleo de calidad. En este sentido creemos firmemente que solo es posible avanzar teniendo un plan de corto, mediano y largo plazo de sostenibilidad para todas nuestras operaciones. Esto no es nuevo, de hecho, venimos desde hace varios años trabajándolo como estrategia.

En la gestión 2023 hicimos importantes avances en nuestros pilares de acción climática avanzando en la reducción de nuestra emisión de carbono con la implementación de paneles solares en varios de nuestros centros de distribución, el uso de vehículos eléctricos en nuestras operaciones de carga y distribución. Adicionalmente, comentarte que estamos trabajando en la implementación de lo que será el espacio industrial con el mayor número de paneles solares del país en Huari, lo que nos permitirá suplir buena parte de sus requerimientos de energía de forma limpia para el 2024.

También vamos a seguir con los proyectos relacionados a la gestión del agua. Acá debemos destacar que hemos invertido más de 18 millones de dólares en plantas de tratamiento de efluentes en nuestras instalaciones que nos permiten reutilizar el agua para riego y otros usos en favor de la sociedad, lo cual incluso nos ha permitido firmar acuerdos de apoyo con algunos gobiernos municipales para este fin. Adicionalmente, hay que destacar Agua Somos, la única agua comercial con una causa por detrás: llevar agua potable a comunidades que hoy tienen limitaciones de este recurso. Estas, entre otras iniciativas, son un ejemplo de los esfuerzos transversales a la compañía que realizamos todos los días.

*¿Cuáles son las proyecciones en la empresa y qué nuevas estrategias implementará?*

Llego a una empresa conformada por un equipo de grandes



**Este mes de octubre, nuestra marca insignia Paceña, acaba de renovar su imagen; uno de los cambios más importantes de los últimos años. A través de esta renovación, mantenemos nuestra esencia**

profesionales. Vamos a trabajar para seguir transformando la compañía, desarrollando las mejores opciones para nuestros clientes y consumidores y enfocados en que todo el ecosistema crezca.

CBN tiene previsto seguir evolucionando en su sistema comercial apoyados en la tecnología como venimos haciendo con BEES, nuestra plataforma tecnológica B2B y también seguir desarrollando nuestro negocio/plataforma TADA.

De igual manera seguiremos trabajando en la innovación de nuestro portafolio.

Como ejemplo, este mes de octubre, nuestra marca insignia Paceña, acaba de renovar su imagen; uno de los cambios más importantes de los últimos años. A través de esta renovación, mantenemos nuestra esencia, nuestra historia de más de 140 premios obtenidos y reafirmamos nuestro compromiso con un carácter renovado de modernidad y tradición.

Seguiremos desarrollando innovaciones en todo nuestro portafolio, siempre enfocados en nuestros consumidores y sus necesidades.

*¿Dónde apunta CBN?*

Somos una empresa boliviana, una industria que cree en Bolivia y aporta al desarrollo económico del país. Cervecería Boliviana Nacional está orgullosa del país y de su gente, tiene sus raíces fuertemente arraigadas en Bolivia, su cultura y su diversidad. En este sentido seguirá creciendo para dar lo mejor al país.



**PERFIL**

**José Andrés Abraham Handal**

Se formó académicamente en la carrera de Economía en la Universidad Católica Boliviana de La Paz y obtuvo un post grado en Gestión de Negocios en Insper, Brasil.

Comenzó su carrera en la misma empresa que hoy dirige, en el año 2004. Ocupó varios cargos en la alta responsabilidad como la Gerencia de Marca Paceña. A partir de entonces su carrera tomó un impulso internacional y llegó a ser gerente de Bebidas no Alcohólicas de AB Inbev para Bolivia y Perú, en el año 2014. Posteriormente pasó a ocupar la posición de Gerente Comercial de AB Inbev en Colombia.

Hace casi cuatro años, se hizo cargo de dirigir Cervepar, y allí condujo una destacada gestión que acaba de finalizar para dar paso al proyecto más ambicioso hasta ahora, encabezar la Cervecería Boliviana Nacional.



CARLOS H. BARBERY ALPIRE

Economista y especialista en gestión de precios

# COMPRA EMOCIONAL, EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR Y PRECIO OPTIMIZADO

**E**n el artículo del mes pasado mencioné que dejaría para esta oportunidad lo relacionado al componente emocional en la decisión de compra del consumidor y como retroalimentación Abel Martínez consultó ¿Qué sucede con el excedente del consumidor?

Más allá de los tradicionales elementos teóricos que inciden en el cambio de la demanda, Rolando Arellano adiciona la comunicación, la emoción y la acción, por ende, el componente emocional es un fuerte determinante de la demanda que tiene a su vez un factor de irracionalidad dentro de las características de los bienes o servicios y en un marco de restricción presupuestaria, o dicho en rótulo de Richard Thaler: "Portarse mal, el comportamiento irracional en la vida económica".

De manera simple, el excedente del consumidor no es otra cosa que la diferencia entre la predisposición a pagar por un bien y el precio efectivamente pagado, en consecuencia cabe la pregunta, si el consumidor pudo pagar más, ¿Por qué pagó menos generándole el excedente? Desde el lado del oferente, exceso en descuentos, venta de menores características o, carencia de la oferta completa desde la perspectiva del up-selling o cross-selling, y, desde el lado del cliente, un mayor ingreso disponible, un cambio en precios relativos, etc.

La teoría refiere que en el equilibrio, a una determinada cantidad y precio, los excedentes tanto del consumidor como del productor desaparecen, sin embar-

go; ¿qué sucede con el "precio optimizado"? No el precio óptimo, que según el Modelo de Van Westendorp, equivale al cruce entre lo que es demasiado caro y demasiado barato, lo cual tiene un componente subjetivo en sí mismo; por ende, definimos precio optimizado como: "Aquel precio que es fruto de la innovación, sea en las características del bien o servicio mismo, de su forma de utilizarlo o de su manera de venderlo y que es en primera instancia desconocido para el mercado", pues como indica Alejandro Ruelas Gosi: "Cuando el mercado define tu precio, no estás inventando nada" corroborado por Henry Ford cuando expresó "Si hubiera preguntado a la gente, me hubieran pedido caballos más rápidos" en esa oportunidad ¿Cuál hubiera sido el "precio de equilibrio" o "precio óptimo" de sus autos?

Esa innovación es la que determi-

na un cambio emocional que incide en la decisión de compra y por ende una predisposición a pagar más, comprar más, o tener una nueva experiencia; sea para cubrir una nueva necesidad o gusto. Esta definición puede ayudar a responder preguntas como: ¿Por qué se compra la última versión de su dispositivo móvil si la actual funciona muy bien? ¿Por qué comienza a frecuentar la franquicia de comida rápida en vez del restaurante tradicional? O, simplemente ¿Por qué sus ventas se incrementan cuando su marca, producto o servicio es impulsado por el influencer "x" en vez del influencer "y"?

En una ocasión un trabajador de base solicitó su quinquenio para comprar un Smartphone de alta gama, con lo cual utilizó su ahorro laboral de poco más de dos años para ello, por ende; por más irracional que sea el consumidor,

máximo podrá comprometer su restricción presupuestaria de largo plazo. En consecuencia, el excedente del consumidor tenderá a cero, pero como los mercados y las necesidades son dinámicas, el equilibrio resulta una quimera y en caso exista excedente del consumidor, o se gasta en consumo futuro o se ahorra, con lo cual si ingresa al circuito de ahorro/inversión, de igual manera genera economía.

Finalmente, si bien en materia de fijación de precios es importante tener mapeada a la competencia y que si bien el precio es la variable más importante que impacta en los resultados, por sí mismo es solo un número en la cartelera, lo que realmente tiene valor es toda la inteligencia holística de la empresa que lo fija, es decir; asegúrese que el precio que exhibe en la cartelera es lo más cercano a un "precio optimizado".

¿Por qué se compra la última versión de su dispositivo móvil si la actual funciona muy bien? ¿Por qué comienza a frecuentar la franquicia de comida rápida en vez del restaurante tradicional?





**TODO  
EMPIEZA  
CON EL**

**AHORRO**

**TE DECIMOS CÓMO:**

**DPF+**

Caja de ahorro  
**OP@RTUNA**

**MEGA  
RENDID@RA**



Aplican condiciones para todos los productos.

**¿QUIERES SABER CÓMO?**

Para más información visita: [www.bancofie.com.bo](http://www.bancofie.com.bo)



Por:

Aldana  
FernándezCountry Manager - Great  
Place to Work

# CÓMO EL LÍDER PUEDE GENERAR UN BUEN AMBIENTE LABORAL O DESTRUIRLO



**E**l liderazgo es un arte. Se requiere habilidad y a la vez conocimiento para gestionar personas hacia la maximización del talento. No basta con ser buenas personas.

El estilo de liderazgo influye en el 50% del buen clima laboral. El rol del líder es determinante para incrementar la motivación, el compromiso y la productividad del personal. El líder construye o destruye relaciones y en ello se basa el ambiente laboral.

La confianza, es el elemento clave en la construcción del vínculo entre líder y colaborador. Esta se construye en base al relacionamiento cercano y a una serie de acciones bien administradas por el líder; no es fruto del azar, del nombre del puesto y tampoco de la simpatía. Se establece a través del tiempo que se dedica a conocer a la gente y de acciones bien planificadas y determinadas.

En el último benchmark del Ranking de Los Mejores Lugares para Trabajar de Bolivia 2023, identificamos lo que más valora el personal de sus líderes y entre estos están: La conducción honesta y ética de los líderes 94%; la competencia del líder 93%; el buen trato independientemente de la posición u otro 93%. Cada sentencia mencionada tiene correlaciones directas con los elementos que se describen a continuación y que hacen a un buen liderazgo para beneficio

**LIDERAZGO.** La confianza es el elemento clave en la construcción del vínculo entre líder y colaborador. Sin embargo, en las organizaciones también encontramos líderes tóxicos, acomodados en su cargo o esperando ser servidos.

del ambiente laboral.

## 1. COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

los colaboradores valoran la honestidad del líder, quien informa las cosas como son en el momento apropiado y con el debido tacto. Se ocupa por mantener informados a todos, pero a la vez se muestra interesado por escuchar abiertamente las opiniones de su gente. Fomenta la cultura de puertas abiertas, suele ser quien crea instancias para acercarse a su gente y no solo espera que lleguen a él.

## 2. COMPETENCIA DEL LÍDER

se entiende por competente, a un líder capaz, conocedor del negocio y a la vez hábil para gestionar personas. Es quien se asegura de que todo el personal esté debidamente capacitado, distribuye equitativamente las tareas, asigna responsabilidades en base a los perfiles de cargos, asigna objetivos, de clara dirección hacia dónde va el equipo, orienta y apoya. Denota habilidad para resolver problemas y conflictos.

## 3. BUEN TRATO

Es equitativo, imparcial, trata a todos por igual independientemente de su género, raza, edad e incluso desempe-

ño, este último suele ser el más difícil. Reconoce los esfuerzos, alienta al equipo a ir por más, está atento a los avances del personal. Promueve el equilibrio, es respetuoso con su gente y sabe atender las necesidades individuales de su equipo.

En las organizaciones también encontramos líderes tóxicos, acomodados en su cargo o esperando ser servidos. Estos tipos de perfiles generan pérdida económica a la organización, dificultan el compromiso del personal y fomentan que los colaboradores elijan dejar la organización. El lograr el alineamiento idóneo del liderazgo es responsabilidad de la alta

gerencia y ocupación del área de talento humano en las empresas.

Desde Great Place to Work tenemos comprobado que las organizaciones con mayor homogeneidad en la experiencia de clima laboral del colaborador traen mejores resultados. Para ello se requiere priorizar el desarrollo de habilidades de liderazgo y dotar de herramientas idóneas al líder para la gestión del talento. No bastan las buenas intenciones cuando la implicancia del estilo del líder y sus competencias son cruciales para el buen desempeño del personal y el cumplimiento de objetivos.

# La frase del **MES**

ELLA SUFRE, LUCHA Y RUEGA.  
(PERMITIDME QUE ME ASOMBRE).  
**QUE A ELLA SE LLAME EL «SER DÉBIL»**  
Y A ÉL SE LE LLAME EL **«SER FUERTE».**  
PORQUE ES HOMBRE!

**-ADELA ZAMUDIO-**  
POETISA BOLIVIANA

**100** NEGOCIOS<sup>®</sup> PRESS  
AÑOS



**NIDYA PESÁNTEZ**

representante de ONU Mujeres en Bolivia

# “LAS MUJERES ESTÁN SUBREPRESENTADAS EN LA MEDIANA Y GRAN EMPRESA”

**AVANCE.** Antes era impensable una mujer CEO, no estaban en ningún sector, ni productivo, ni de servicios; esto ha ido cambiando poco a poco. Cada vez tenemos más mujeres en espacios de toma de decisiones, pero todavía no alcanzamos en número a los hombres, y tampoco estamos en las más altas esferas de la decisión política, económica o científica.

**E**s una convencida que los derechos humanos son el logro más grande de la humanidad, y que su tarea diaria es encontrar formas, todas las posibles, para que estos encarnen la vida de las personas, especialmente de las mujeres. Su brújula moral es el agua, la salud; lo que enuncia o “lastima” el agua no es adecuado.

*¿Por qué de las mujeres?*

Porque somos la mitad de la humanidad y, debido al tipo de sistema cultural en que vivimos, estamos a cargo de la otra mitad, por lo tanto, el ejercicio de nuestros derechos es un atajo para que las demás personas también los disfruten.

*¿Cómo ve la participación de la mujer en el ámbito profesional y en cargos de toma de decisión? Se han cerrado brechas?*

A pesar de los avances innegables y positivos que tenemos en relación con este tema, todavía la brecha permanece abierta. Cada vez tenemos más

mujeres en espacios de toma de decisiones, pero todavía no alcanzamos en número a los hombres y tampoco estamos en las más altas esferas de la decisión política, económica, científica. Los espacios que hemos conquistado en este último siglo se deben a la lucha constante y sistemática de los movimientos feministas y de mujeres en todo el mundo, a la respuesta y los espacios que

”

**Los espacios que hemos conquistado en este último siglo se deben a la lucha constante y sistemática de los movimientos feministas y de mujeres en todo el mundo, a la respuesta y los espacios que las Naciones Unidas han creado para escuchar su demanda**

las Naciones Unidas han creado para escuchar su demanda y, como resultado, a las normas y políticas que se han derivado de ese proceso y se han concretado en los marcos jurídicos internacional y nacionales. En este tema las leyes de cuotas han sido, por ejemplo, un avance jurídico que ha posibilitado que la presencia de las mujeres se incremente en el espacio público.

*Se habla de igualdad y equidad en el mundo laboral y empresarial, ¿hay avances? Especialmente en Bolivia y Latinoamérica.*

En la esfera económica, específicamente la empresaria, que es a la que usted se refiere, también vemos avances en la participación de las mujeres. Antes era impensable una mujer CEO, no estaban en ningún sector ni productivo ni de servicios; esto ha ido cambiando poco a poco.

Las mujeres representan la dirección o gerencia de las pequeñas y microempresas, pero están subrepresentadas en la mediana y gran empresa. Los puestos de dirección y toma de decisiones en el sector indus-

trial cuentan con una proporción muy pequeña de mujeres; según un estudio realizado en 56 países en 2019, únicamente uno de cada cinco puestos en consejos de administración (20,6%) está ocupado por mujeres.

Esa proporción es aún menor en el sector energético (18,5%) y en el de las tecnologías de la información y comunicación (17,9%). Por qué

”

**Los puestos de dirección y toma de decisiones en el sector industrial cuentan con una proporción muy pequeña de mujeres; según un estudio realizado en 56 países, uno de cada cinco puestos en consejos de administración está ocupado por mujeres**

las mujeres no participan en el mismo nivel que los hombres en estos espacios, bueno, hay muchos factores, entre ellos las barreras culturales que persisten y que sitúan a las mujeres en el ámbito doméstico y de servicios, que perpetúan un concepto del valor del trabajo que invisibiliza o sub-valora el trabajo realizado por las mujeres. La raíz de este problema se encuentra en la división sexual del trabajo, y esta división ha sobrecargado a las mujeres (trabajan dentro y fuera de la casa) creando otra de las grandes barreras: el tiempo.

En el mundo, las mujeres dedican en promedio 4 horas y 25 minutos por día a los trabajos domésticos y de cuidado, contra 1 hora y 23 minutos que dedican los hombres. Esta cifra significa que las mujeres, solo en un año, dedican 201 días laborales de 8 horas al trabajo doméstico y de cuidados, tiempo que podrían invertir en educación y desarrollo profesional.

*¿En la línea de tiempo, habrá algún momento en que no hayan brechas de género en el desempeño profesional para to-*



PERFIL

*das las áreas?*

Si la especie humana logra sobrevivir al desastre que ha creado en nuestra gran casa azul y verde para convertirla en gris, podría ser que veamos un

”

**Según estudios, la brecha podría eliminarse en 131 años... Es decir, no la verá usted, ni yo, ni nuestras hijas. Pero, también podríamos retroceder en el intento si las personas no asumimos que la mejor manera de salir de los desastres que hemos creado**

día a las mujeres y a los hombres conviviendo en armonía y ejerciendo derechos. Según algunos estudios, la brecha podría eliminarse en 131 años... Es decir, no la verá usted, ni yo, ni nuestras hijas. Pero, también podríamos retroceder en el intento si las personas no asumimos que la mejor manera de salir de los desastres que hemos creado, en todas las esferas, empieza por vernos a las, y los diferentes como parte de la misma especie. Si los hombres en todas sus diversidades y las mujeres en todas las suyas logramos encontrarnos y reconocernos, respetarnos y valorarnos, preocuparnos por el bienestar individual y colectivo, entonces sí que caminaremos hacia la igualdad. Y en esto hay otro indispensable requerimiento, reconocernos como una especie más de las que convivimos y compartimos este planeta.

## NIDYA PESÁNTEZ

Cuenta con más de 25 años de experiencia en defensa de los derechos humanos, derechos de las mujeres y en la acción por el desarrollo de los pueblos.

Posee un MBA sobre Gestión Integrada de la Calidad, Seguridad y Ambiente. Es Licenciada en Ciencias de la Información, realizó un Diplomado en Presupuestos Públicos para la Erradicación de la Pobreza y por la Igualdad de Género en América Latina. Tiene un Posgrado en Antropología y Conflictos Sociales con énfasis en cuestiones de Género. Además, ha realizado dos especializaciones post universitarias, Acompañamiento Organizacional y Sistematización de Experiencias en procesos de desarrollo.

En su carrera profesional ha sido coordinadora de la Fundación GAMMA, organización experta en género, comunicación y ambiente. Coordinó para América Latina el Monitoreo Mundial de Medios de WACC. Se desempeñó como Directora Técnica del Consejo Nacional de las Mujeres, CONAMU - Ecuador. Ha sido consultora nacional e internacional para temas de género, comunicación y ambiente, tanto para la ONU como para agencias de cooperación bilateral y entidades públicas. Desde 2011 se desempeñó como Especialista de Programa de ONU Mujeres en Ecuador.

Fue jefa de oficina en Perú en 2015. Actuó como Subdirectora de la oficina de ONU Mujeres en Myanmar entre 2019 y 2020. Actualmente se desempeña como Representante de ONU Mujeres en Bolivia.



DAVID  
Villarreal

Consultor especialista en Seguridad Social a Corto y Largo Plazo. Socio fundador y CEO de Planifica Consultores.

# INVERSIONES DE LA GESTORA PÚBLICA: UN SILENCIO PREOCUPANTE

**FUNDAMENTAL.** Más allá de la obligación que se tiene de publicar información estadística, resulta de vital importancia informar sobre las inversiones en el Sistema Integral de Pensiones basados en la transparencia, la educación financiera y la preparación para la jubilación.

**D**esde mayo pasado, fecha en que la Gestora Pública se hace cargo total de la administración del Sistema Integral de Pensiones (SIP), desconocemos los datos principales de las inversiones que está realizando, tales como: emisor, instrumento, calificación de riesgo, monto de la inversión y el porcentaje que corresponde a cada emisor. La última información estadística, publicada en la página web de la Autoridad de Supervisión y Control de Pensiones y Seguros (APS), es al 30 de abril de 2023.

Más allá de la obligación que se tiene de publicar información estadística, resulta de vital importancia informar sobre las inversiones en el Sistema Integral de Pensiones (SIP), por los siguientes aspectos fundamentales:

## 1. TRANSPARENCIA:

Informar a los aportantes sobre sus inversiones en el SIP promueve la transparencia y la claridad en cuanto a cómo se están gestionando sus aportes y activos. Esto fomenta la confianza en el sistema y ayuda a los aportantes a comprender mejor el funcionamiento del sistema de pensiones.

## 2. EDUCACIÓN FINANCIERA:

La información sobre las inversiones en el SIP puede servir como una herramienta educativa para los aportantes, lo cual les permite comprender los conceptos básicos de inversión, riesgo

y rendimiento, lo que les ayuda a tomar decisiones financieras y a planificar su jubilación de manera más efectiva.

## 3. PREPARACIÓN PARA LA JUBILACIÓN:

La información sobre las inversiones en el SIP es esencial para que los aportantes conozcan su situación y se preparen para la jubilación, ya que el principal factor en el crecimiento del capital de cada persona es la rentabilidad que generan las inversiones que hace la Gestora Pública.

Ya han pasado 5 meses desde que la Gestora Pública se hizo cargo total de la administración de nuestros aportes, y si bien podría ser que por la etapa de

transición puedan existir algunos inconvenientes en los diferentes procesos, el relacionado con las inversiones no se ha detenido.

Creo, sin temor a equivocarme, que la falta de información oficial sobre las inversiones que se están haciendo, crea mayor susceptibilidad en los aportantes. No hay que olvidar que todos los aportantes (dependientes e independientes) pagamos el 0,5% por la administración de nuestro dinero, por lo tanto, es obligación de la Gestora Pública informar sobre este tema.

Esperemos que pronto podamos tener esa información que nos permita conocer en que se están invirtiendo

nuestros aportes, cuál es la rentabilidad que genera y la calificación de riesgo de cada uno de los emisores en los que se invierte; ya que el silencio solo genera mayor incertidumbre y susceptibilidad, y para muestra un botón, y al decir esto me refiero con lo que pasa con el Banco Central de Bolivia que desde hace varios meses no publica los reportes semanales sobre las Reservas Internacionales.

Y cuando no hay información o la misma sólo es parcial y de manera verbal, la desconfianza va creciendo, haciendo que el ícono de la transparencia se quede simplemente como una buena intención ante un silencio preocupante.





# DURAZNOS AL JUGO EN LA COMIDA SALADA

**EXCLUSIVO.** La campaña "Peach Flavors America" financiada por la Unión Europea tiene como objetivo promover los melocotones en conserva procedentes de Grecia.

Los duraznos en almíbar son un verdadero clásico para un buen postre, solos, o con algo como crema batida o helado. También se pueden aprovechar en una preparación más compleja, por ejemplo, un pie o un cheesecake.

Estos son los platillos tradicionales que usualmente se preparan, sin embargo, Camila Lechin, reconocida chef boliviana, elaboró un menú completo, utilizando en la comida salada, los duraznos al jugo procedentes de Grecia, "Cada uno tiene su tratamiento", explicó la experta en cocina con productos locales, que rescata el valor de los productos del oriente boliviano.

Lechin elaboró estos platillos a solicitud de la

empresa Elbak, en el marco de la implementación de la campaña "Peach Flavors America" financiada por la Unión Europea, que se llevó a cabo en el Restaurante Hapo, de propiedad de la chef.

Negocios Press asistió a degustar de esta cocina experimental con base a duraznos al jugo, junto a los participantes del sector HoReCa, distribuidores e importadores.

La entrada sugería una bruschetta preparada con queso de cabra y durazno grillado al romero. Luego disfrutamos de una ensalada de Palmito, con base a esta verdura en mantequilla avellanada, durazno grillado, salchicha de Portachuelo, caramelizada con miso y coco. El plato fuerte, denominado Palta Reina, fue preparado sobre una base de me-

dia palta rellena de chicharrón de paiche con spicy mayo de ají gusanito, encurtido de durazno, salsa agrídulce de sésamo y cilantro. El delicioso postre, fue un Cobbler de durazno, consistente en una tarta de durazno al jugo con crocante de galleta y crema batida.

"Estamos en Bolivia a través del programa Peach Flavors que promueve la Comunidad Europea a través de la Asociación de Productores de frutas de Grecia. El propósito es ayudar a incentivar el consumo de los productos que se elaboran en la comunidad Europea a través de una diferenciación en la calidad del producto", señaló Omar Braché, representante Comercial de la empresa Elbak S.A, una de las pioneras de la industria conservera en Grecia.



**RESPONSABLE.** Braché presentó en producto al país



**PALMITO.** Una ensalada fresca con durazno grillado



PEDRO Cabrera

Consultor Senior de Marketing y Comunicación  
consultaleapedro@gmail.com

# MATEN AL PERIODISMO

**P**arece citar la premisa en numerosos países. Quizás se pregunte por qué no escribí "periodismo independiente". Es que por naturaleza, la noticia amarrada, mañosa, articulada, disfrazada, tendenciosa y peor aún pagada, es cualquier cosa menos periodismo. Peor aún cuando el yugo viene digitado por grupos de poder político, empresario y/o religioso, más allá de la constante y sistemática presión de diferentes instituciones gubernamentales que usan a conveniencia el poder cedido por el pueblo a través del voto.

Sin el periodismo (independiente) vivimos en la oscuridad. Es como un restaurante que te alimenta todos los días... pero de lo que tiene o quiere darte, no aquello que te gustaría comer o probar. Hoy, no tengo la menor duda, vivimos en una época de aniquilación del verdadero periodismo. Según REPORTEROS SIN FRONTERAS (RSF) han sido dos décadas mortíferas para la actividad, más del 1.700 periodistas que perdieron la vida asesinados -violencia injustificable- y otros tantos cubriendo estupideces propiamente humanas como contiendas bélicas de todo tipo, desde caseras hasta guerras.

El desconocimiento quizás nos lleve a pensar que en este mundo donde las balas se cruzan tanto como aviones en el cielo, ha sido la mayor causa de muerte y desapariciones de periodistas. Si bien Siria e Irak se llevan los laureles en países con periodistas asesinados -habrá que evaluar lo ocurrido en

Ucrania/Rusia y ahora Israel/Palestina- México no se queda atrás (allá la guerra es contra el narcotráfico).

Sin embargo mi análisis y preocupación va mucho más allá de la muerte física de mujeres y hombres ejerciendo la profesión de informar verazmente lo que ocurre en el mundo. Me preocupa la muerte silenciosa de la verdad y de la noticia que informa, educa y engrandece el intelecto de quien -pagando o no- la recibe. Porque generar información hacia los demás tiene el objetivo de que nosotros (los que estamos del otro lado), pensemos mejor y en consecuencia decidamos aún mejor.

Ya no son balas las usadas para matar al periodismo. Una forma nueva de ahogarlo, extorsionarlo y hasta matarlo es la utilización a discreción de la pauta publicitaria gubernamen-

tal (para el vulgo, la publicidad del gobierno de turno).

Los gobiernos siempre han sido los mayores anunciantes publicitarios (aunque a ciencia cierta es propagandístico), de los medios de difusión, bajo la lógica de que a través de todos ellos se informa a la mayor cantidad de población. Entonces, vaya "bala en la cabeza" la que dice: "No pongan publicidad en ese medio (televisión, radio, diario o revista), porque habla mal de nosotros". Extorsión pura bajo mi inocente análisis. O peor aún: "Manden a instituciones de control a ese medio y que investiguen si cumplen todas las normas a cabalidad, no dejen pasar una... y de última, inventen sanciones, multas o háganles perder el tiempo".

Pero la peor de las muertes... es la muerte en vida, en periodismo, la que te pone las

palabras en la boca. Que te digan qué decir y cómo decirlo. Hasta acá mi evaluación de lo predecible, o "lo que se sabe y todos callan" sobre la noticia sin mordaza. Paralelamente existe otra forma de que hoy se asesina al buen periodismo independiente: El pseudo periodismo, aquel que emerge como Tsunami a través de las redes sociales. Donde cualquier humano se toma el trabajo de exponer su punto de vista -cuando nadie se lo pide- levanta polvareda sobre temas locales y/o intenta generar adeptos mediante la opinión tergiversada (hasta retorcida en muchos casos) sobre dilemas mundiales. Actualmente, hay que adivinar qué es verdad y mentira, porque hasta se inventan fuentes de consulta u origen. Bajo el disfraz de influencers y youtubers han aparecido exper-

tos y opinólogos de todas las ramas, hasta las más diversas e inverosímiles. ¿Y la gente? Leyendo, escuchando, pensando y decidiendo, en especial, las nuevas generaciones, aquellas que con certeza son las más intoxicadas y desinformadas en este planeta hiperactivo de noticias.

¿Y qué hago escribiendo sobre esto? Porque tanto usted como yo no estamos aislados de este problema local, nacional e internacional de la agonía del periodismo de verdad. Quedan pocos medios en los cuáles creer y de los cuáles obtener información para decidir mejor en todos los ámbitos de la vida. Desde empatizar con un reclamo social, comprar lo más conveniente en el ámbito material, hasta elegir al nuevo mandatario de un país. Y eso, por favor, no es menor cosa.

**Sin el periodismo (independiente) vivimos en la oscuridad. Es como un restaurante que te alimenta todos los días... pero de lo que tiene o quiere darte, no aquello que te gustaría comer o probar. Hoy, no tengo la menor duda, vivimos en una época de aniquilación del verdadero periodismo.**





## Innovación agrícola

**ESCENARIO.** Más de 27.000 visitantes confirmaron su éxito. El movimiento económico que genera la feria es una muestra de que los agricultores apuestan por la economía del país y están comprometidos con su desarrollo.



# VIDAS 2023, ESCENARIO PRINCIPAL DE LA INNOVACIÓN Y LOS AGRONEGOCIOS

**ESFUERZO.** El evento agrícola, que se encuentra rumbo a cumplir dos décadas, recibió a más de 350 empresas en la muestra ferial más importante del país. Dos empresas consolidaron su participación con la edificación de su stand en el predio. La soya continuó siendo el cultivo principal en las parcelas demostrativas.

El dinamismo, la innovación y los avances tecnológicos que caracterizan al sector agroindustrial nuevamente se exhibieron en el evento agrícola VIDAS 2023 que se llevó a cabo los días 13 y 14 de octubre en el predio Ferial de Fundacruz, ubicado en el Km 40 de la carretera al norte, entre Warnes y Montero del departamento de Santa Cruz.

La 19ª versión VIDAS 2023 ofreció al agricultor la oportunidad de visitar una feria especializada para conocer de primera mano toda la innovación agrotecnológica que se encuentra a la vanguardia internacional, además de ser un epicentro para la realización de agronegocios, aportando así al crecimiento económico de la región y del país.

Este año, la apuesta de las empresas del rubro agrícola, por participar del evento superó todas las expectativas de la versión anterior, al contar con más de

350 empresas confirmadas, para exponer en las diferentes modalidades que presenta la feria, como el área de stands, parcelas demostrativas, dinámica de maquinarias y espacios publicitarios. La demanda de las diferentes empresas por participar en el evento, ha generado que se realicen ampliaciones en el área de stands, con la finalidad de recibir a los nuevos expositores.

De igual forma, y tomando en cuenta la gran afluencia de visitantes se han construido nuevos servicios sanitarios que brindaron mayor comodidad a todos los asistentes de la feria.

Un importante acontecimiento que se presentó en VIDAS fue que las empresas BOLTRAC LTDA. y SACI S.A. se unieron a la lista de las veinte participantes que construyeron edificaciones fijas en sus espacios de stand, consolidando así su intervención, y reafirmando la confianza y credibilidad que VIDAS se ha ganado a pulso en estos 19 años de trayectoria.

El presidente de Fundacruz, Diego Moreno, destacó que el evento siempre mantiene su norte y su objetivo principal se cumple, al transmitir al productor información relevante, de vanguardia, fundamental para dar soluciones y lograr el mejoramiento de los procesos agrícolas, convirtiéndose en una feria sectorial, respaldada por un trabajo serio y responsable con sus expositores y sus visitantes; además de ser el punto de encuentro entre conocimiento, tecnología y agronegocios, siempre en beneficio del hombre de campo.

## PARCELAS DEMOSTRATIVAS

Las áreas de exposición más concurridas por los agricultores durante los días del evento, fueron las parcelas demostrativas, cultivos in situ, donde las empresas e instituciones expositoras realizaron un despliegue de información y capacitación que ponen a disposición del agricultor, con la finalidad de darles soluciones oportunas que mejoren



FUNDACRUZ. Diego Moreno junto a su equipo, Silvio Guamán, María Delicia Caveros

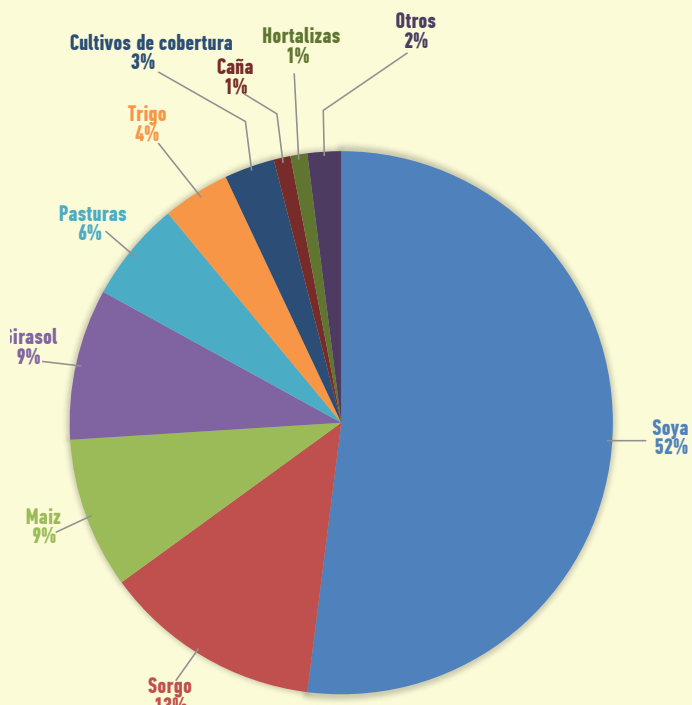
su productividad al mostrar los resultados en campo.

Silvio Guamán, responsable del área de parcelas, señaló que este año han superado el número de expositores con relación a la anterior gestión, copando el 100% de los espacios destinados a esta modalidad de exposición con la participación de 39 empresas, destacando también que en esta versión los visitantes pudieron ver y recibir información acerca de los avances con ma-

teriales que están desarrollados para contrarrestar los cambios climáticos y las diferentes condiciones de suelo.

Por su lado, María Delicia Caveros, Responsable de Promoción y Difusión de Fundacruz, indicó que este año no sólo en el área de parcelas demostrativas se copó el espacio, sino también en el área de stand de exhibición. "Rumbo a los 20 años ya tenemos que pensar cómo vamos a ampliar los espacios, hay

## Cultivos que se presentaron en parcelas demostrativas





os y Mario Porcel durante la conferencia de prensa en el predio ferial



CAMPO. La gerente Administrativa, Roxana Sandóval y Silvio Guamán responsable del área de parcelas



PARCELAS. Las empresas expositoras realizaron un despliegue de información y capacitación



CULTIVOS. La floración del girasol también fue un atractivo para los visitantes, donde se tomaron fotos

empresas que quedaron fuera lamentablemente porque ya no contábamos con espacios para esta versión", adelantó.

Como novedad, se presentaron nuevos lanzamientos de semillas en variedades e híbridos en los cultivos de soya, trigo, maíz, sorgo, girasol, entre otros.

Además, hubo una exposición de paquetes tecnológicos en diferentes cultivos con aplicación de fertilizantes en base y foliares, inoculantes, herbicidas, fungicidas, insecticidas, coadyuvantes, fitohormonas y otros insumos, con el objetivo de mejorar la productividad.

Guamán resaltó también que, entre las novedades que se encontraron en el área de parcelas demostrativas está el cultivo de amaranto, así como el

de maní. También por primera vez se pudo visitar en VIDAS los cultivos de caña, donde se mostraron estrategias nutricionales para la misma. Cabe destacar que este cultivo es también de gran importancia para la región.

Otra presentación interesante, fue la demostración de uso de los calcáreos y otros insumos para corrección de suelos, el primero a utilizarse, sobre todo en el área de la Chiquitania.

El predio ferial en el área de parcelas demostrativas tiene como principal cultivo a soya en un 52%, sorgo 13%, maíz 9%, girasol 9%, pasturas 6%, trigo 4%, cultivos de cobertura 3%, caña 1%, hortalizas 1%, otros 2%.

Por su parte, el gerente Técnico de FUNDACRUZ, Mario Porcel, destacó que los visitantes a la exposición en parcelas pudieron ver toda la dinámica que se genera con la aplicación de los paquetes tecnológicos, además de interactuar con especialistas del agro, que ofrecen capacitaciones en el lugar del cultivo para dar a conocer la problemática, los desafíos, las ventajas y las oportunidades que brindan los diferentes productos, con el fin de incrementar la productividad en Bolivia, para así llegar, en algún momento, a alcanzar la producción de países vecinos, como, Brasil, Argentina y Paraguay.

Rumbo a los 20 años ya tenemos que pensar cómo vamos a ampliar los espacios, hay empresas que quedaron fuera lamentablemente porque ya no contábamos con espacios



# BANCO FIE LIDERIZA EL FINANCIAMIENTO AL SECTOR AGROPECUARIO

**COMPROMISO.** Desarrolla un trabajo comprometido con las zonas rurales del país enfatizando la atención del sector agropecuario, aportando así al fortalecimiento de la seguridad alimentaria del país.

**E**ste año 2023, Banco FIE asumió como premisa y objetivo estratégico de gestión el apoyo a sus clientes, con especial énfasis en el sector de la micro y pequeña empresa, mediante la otorgación de créditos, apostando por el desarrollo y crecimiento de sus negocios.

“Durante esta gestión se han fortalecido nuestras acciones en un trabajo comprometido con las zonas rurales del país enfatizando la atención del sector agropecuario y aportando así al fortalecimiento de la seguridad alimentaria del país”, señaló Marco Antonio Claros, Gerente Regional de Banco FIE en Santa Cruz.

Por otra parte, el banco mantiene una oferta competitiva de productos de ahorro, con rendimientos atractivos que posibilitan el crecimiento de los recursos económicos de

sus clientes; fomentando así el hábito del ahorro, consolidando el círculo virtuoso entre crédito y ahorro.

Asimismo, considerando los cambios en el mundo y en la industria financiera, Banco FIE mantiene una gestión responsable que asegura su estabilidad y solvencia adaptándose a las tendencias del mercado, marcadas sin duda por la transformación digital y, en este sentido, potenciando su banca digital e implementando mejoras en sus funcionalidades, señaló Claros.

## LÍDER

Banco Fie atiende las necesidades de los segmentos Micro, Pyme y Corporativo con una tecnología de evaluación adecuada a cada uno de los segmentos, apoyada por la Unidad Técnica de Agronegocios y Sostenibilidad comprometida con el productor agropecuario.

“Uno de nuestros principales aliados es Rabobank, el Banco

más grande a nivel mundial en financiamiento al sector agropecuario. Nuestras acciones ratifican el compromiso de Banco FIE con el desarrollo y crecimiento económico del país”, explicó el gerente a tiempo de señalar que la cartera agropecuaria alcanza a más de \$us 435 millones de dólares, ocupando el primer lugar en financiamiento agropecuario del segmento de microempresa. “En Santa Cruz nuestra cartera agropecuaria representa el 44%”, remarcó.

## CRÉDITOS PARA EL AGRO

El compromiso de Banco FIE con los sectores productivos del país se plasma en la generación de oportunidades reales para generar mejoras tangibles en los procesos productivos de sus clientes, con un impacto final en sus ingresos, consolidando la inclusión financiera y social y aportando a la seguridad alimentaria y al desarrollo sostenible de nuestro país. Banco FIE ha

iniciado la colocación de cartera agropecuaria y actualmente es líder en el crédito agropecuario, es decir, el número uno, en el sistema financiero en microcrédito agropecuario a nivel nacional, dijo Claros.

Actualmente Banco FIE otorga financiamientos destinados a capital de inversión y capital operativo para el sector agropecuario y productivo, promoviendo un enfoque de sostenibilidad, por lo que trabaja en acciones de mitigación, compensación y la integración de criterios ambientales en la toma de decisiones de financiamiento aplicando el principio de precaución.

En cuanto a las condiciones de crédito, el banco cuenta con una variedad de productos acordes a la actividad de sus clientes contemplando plazos según destino, garantía y capacidad de cada productor. De esta manera consolida una propuesta flexible y oportuna para el mercado.

”  
Banco FIE es la segunda entidad del Sistema Financiero Boliviano con la mayor red de Agencias en los 9 departamentos del país, con presencia en 82 municipios, lo que se constituye en una importante fortaleza, que permite llevar servicios financieros a todo el país, promoviendo la inclusión financiera y social para generar condiciones que viabilicen una mayor dinamización de la economía. Cuenta con una red de 134 agencias y 231 ATMs, que junto a otros Puntos de Atención Financiera (PAFs) suman un total de 484 PAFs en Bolivia.

**A**licorp, empresa agroindustrial y de consumo masivo líder en Bolivia, fabricante del emblemático aceite FINO y otras importantes marcas, participó en la Feria VIDAS 2023 con un stand y una parcela demostrativa que reflejan su compromiso con la sostenibilidad y la innovación para brindar las mejores soluciones a los agricultores.

Los visitantes pudieron conocer el trabajo que está desarrollando y su propuesta de valor para la actividad agrícola, mientras que en la parcela, denominada "El camino hacia la productividad", se presentaron las diferentes alternativas para aumentar la eficiencia y el rendimiento en los cultivos.

Alicorp está presente en esta feria desde sus inicios con su stand social y por tercera ocasión exhibió una parcela demostrativa. "En Alicorp gestionamos nuestro negocio bajo un enfoque de sostenibilidad que considera no sólo la perspectiva económica, sino también el impacto social y ambiental generado por nuestras operaciones", destacó Diego Moreno, Director de Molienda de Alicorp.

"Nuestro negocio de molienda se ha diversificado, poniendo a los agricultores en el centro de nuestras decisiones. Apoyamos el crecimiento de sus negocios a través de la división de insumos agrícolas, que les ofrece propuestas que impactan en mejoras de su rendimiento, productividad y/o capital de trabajo", dijo Moreno.

El fortalecimiento de la división de Soluciones Agrícolas de la compañía ha consolidado la transferencia de conocimiento e innovación, apoyando y acompañando una cadena de valor integrada por más de 1.000 agricultores, "a quienes ayudamos a crecer con una amplia oferta de propuestas que impactan en mejoras de su rendimiento, productividad y/o capital de trabajo", afirmó.

Por ello, "nuestro objetivo es continuar trabajando muy cerca de los agricultores, apoyándolos para que puedan mejorar su productividad con



## ALICORP MUESTRA EL CAMINO HACIA LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

**TECNOLOGÍA.** El objetivo de Alicorp es avanzar hacia una agricultura sostenible. El área de Soluciones Agrícolas de la compañía acompaña el trabajo de los productores agrícolas e impulsa la innovación.

buenas prácticas y productos de calidad, con foco en fomentar una agricultura sostenible", indicó el ejecutivo.

Todo esto se reflejó en los espacios que Alicorp tuvo habilitados en VIDAS 2023, haciendo énfasis en su estrategia de sostenibilidad, donde -entre otros elementos- apuesta por su compromiso ambiental en la mitigación de impactos ambientales generados por sus operaciones; y el uso eficiente de los recursos que utiliza y el impulso que brinda al desarrollo de la cadena de valor, a través del fortalecimiento de sus aliados: colaboradores, proveedores, clientes, consumidores, comunidades y sociedad en general".

En la parcela demostrativa, denominada "Alicorp, camino a la productividad", se mostró el manejo agronómico para

diferentes cultivos como soya, girasol y sorgo, además de que los productos son aptos para otros cultivos, como maní, frejol y maíz, entre otros. La compañía ofrece productos para todo el proceso de cultivo, desde la de siembra hasta la cosecha, incluyendo semillas, fertilizantes y productos fitosanitarios.



**El fortalecimiento de la división de Soluciones Agrícolas ha consolidado la transferencia de conocimiento e innovación, apoyando a más de 1.000 agricultores**



PARCELA. Alicorp mostró el manejo agronómico para cultivos

## DIEGO MORENO MENEZES

Presidente de Fundacruz



# "LO QUE CÓMO

**ESFUERZO.** El evento Vidas que si bien tiene un alto impacto en las semillas para me

**E**ste año se registró un mayor movimiento, además una sobredemanda de stand, e incluso se amplió el espacio de las parcelas. ¿A qué se debe. El sector mejora, o se prepara para enfrentar mayores retos?

La décima novena versión de VIDAS fue un espacio donde se promovió la difusión tecnológica y el aumento de productividad. Creo que eso es algo importante, el sector agrícola viene creciendo cada año, pero el productor siempre busca mejoras de productividad.

En ese sentido, la feria VIDAS, a través de las 350 empresas que participaron, presentaron todos sus productos y toda la tecnología que ellos tienen disponible.

Estamos hablando de productos fitosanitarios, fertilizantes, de semillas, de maquinaria agrícola, con lo cual esa búsqueda de incrementar

productividad, hace que la feria sea muy atractiva, un espacio de dinámica donde el productor puede ver in situ el desarrollo de los cultivos y eso impulsa y promueve esa mejoría del sector.

Este rubro ha venido creciendo en los últimos años con rotaciones, no solamente hablamos de cultivos de soya, en la feria se pudo ver también maíz, sorgo, caña de azúcar, pasturas, y todo lo que el pro-

.....”.....

**La siembra trae esperanza, con ello el campo busca que el año 2024 sea un periodo de buena producción, y para eso necesita aplicación de tecnología.**

.....

ductor puede usar en el campo para mejorar la rotación y mejorar el retorno del campo.

Lo que buscamos en VIDAS es cómo producir más con menos.

*¿El sector agrícola está percibiendo un mejor movimiento?*

En esta etapa, es decir octubre, es un periodo relevante, porque el campo se prepara para una nueva siembra y cada año busca mejoras tecnológicas, eso hace que esta feria en este momento sea muy oportuna, y muy demandada para que el productor, en un solo lugar, pueda ver los beneficios que hay disponibles en el mercado.

Recordemos que, casi todas las casas comerciales estuvieron en un sólo espacio, mostrando todos sus novedosos productos aprovechando que ya se viene la siembra.

La siembra trae esperanza, con ello, el campo busca que el año 2024 sea un periodo de

buena producción, y para eso necesita aplicación de tecnología.

*¿Sin embargo, los incentivos y la seguridad jurídica tienen que ver con el movimiento del sector?*

Sí, el sector agrícola, o la economía de Bolivia depende mucho de las exportaciones, y el sector agroproductivo ha crecido de manera exponencial, en cuanto a exportaciones y volumen, así como en

.....”.....

**No solo tenemos que tener la mejor maquinaria, la nutrición de los suelos, sino también la mejor genética en semillas para aumentar la productividad.**

.....

precios durante 2022. Eso hace que el sector se convierta en un rubro generador de divisas y exportaciones.

*¿En qué nivel se encuentra Bolivia con respecto al uso agrotecnológico?*

Ese es el gran reto que tenemos. Si miramos el desarrollo agrícola de Bolivia, veremos que en los últimos 15 a 20 años, hemos crecido y mejorado la productividad. Cuando hablamos de soya, por ejemplo, pasamos de tener 1,8 Toneladas (Ton) a 2,3 Ton por hectárea (Has) en promedio, en un año normal.

Pero todavía tenemos una brecha, cuando nosotros vemos los referentes productores mundiales como ser Brasil o Argentina, que son países vecinos nuestros; veremos que en años normales ellos tienen entre 3 y 3,5 Ton por Has, lo que nos lleva a creer que tenemos una brecha de productividad, y hay que buscarla con mejoras y eficiencias tecnológicas para el campo. Y con eso podemos crecer un 20% más de producción en el área de campo que tenemos actualmente, y eso es lo que buscamos en VIDAS, que la información y la difusión tecnológica pueda llegar de manera oportuna a todos los eslabones y segmentos de productores, sean grandes, medianos o pequeños.

Que puedan tener accesos a lo último en tecnología, con las parcelas demostrativas, con especialistas extranjeros que ofrecen charlas que ayudan y promueven el desarrollo.

# QUE BUSCAMOS EN VIDAS ES "PRODUCIR MÁS CON MENOS"

Las 2023 promueve el uso de la tecnología en el campo agrícola. Es un sector en franco crecimiento, con mucho potencial y ha logrado avances, necesita ampliar su productividad a través de una mejor genética para mejorar el rendimiento. La feria presentó novedades en maquinaria, insumos, equipos y productos.

*¿Nos llevan mucho Brasil o Argentina en cuanto al uso de la biotecnología?*

Sin duda, Brasil es uno de los países referentes en la producción agrícola a nivel mundial, y podemos sumar incluso a Estados Unidos, pero esos países al ser referentes tanto en biotecnología, maquinaria e innovaciones de productos, y las semillas también son parte de ese abanico; son países que han desarrollado mayores eventos biotecnológicos que en Bolivia no han sido aprobados.

Entonces, no sólo tenemos que tener la mejor maquinaria, la nutrición de los suelos, sino también la mejor genética en semillas para aumentar la productividad.

*¿Hay gran demanda de maquinaria en VIDAS?*

Sí, todas las casas comerciales que van con su maquinaria, como cosechadoras, sembradoras, fumigadoras, que son implementos muy necesarios, y hacen parte de



**El sector agrícola, o la economía de Bolivia depende mucho de las exportaciones, y el sector agroproductivo ha crecido de manera exponencial en cuanto a exportaciones y volumen**

la productividad una siembra de precisión. Una máquina de última tecnología ayuda a mejorar el rendimiento y productividad.

Una cosechadora que permite al productor recolectar todos los granos del campo, también aumenta la productividad.

La maquinaria agrícola también se ha desarrollado en los últimos años y tenemos hoy equipos con GPS, monitoreos que ayudan al agricultor a tener mejorías a través del uso de implementos y maquinaria pesada.

*¿Qué maquinarias de última tecnología se exhibieron y cuál ha sido su impacto?*

Las cosechadoras que tienen un sistema axial, hace que la limpieza del grano sea más efectiva. Tenemos fumigadoras de mayor tamaño que pueden rendir más hectáreas por día. Las boquillas de fumigación hacen que la aplicación de productos fitosanitarios sea más efectiva, siembras con equipos de fertilización (...) hay mucha dinámica y mejorías en maquinaria.

Y por qué no hablar de los drones para control y fumigaciones de algunos espacios menores.

*¿Este año se presentaron nuevas variedades?*

El pasado año lanzamos la semilla FCZ SALINA, y este año no tenemos lanzamiento, pero estamos investigando, en esa búsqueda de mejorar la productividad y rendimiento de los cultivos.



## PERFIL

**Diego Moreno Menezes**  
**Es Ingeniero Comercial de profesión, con una maestría en Administración y Gestión de Empresas en la Universidad Privada Boliviana.**  
**Cuenta con 24 años de experiencia en el sector agroindustrial y acompañando el desarrollo de la cadena productiva.**  
**Es presidente de Fundacruz hace dos años.**



# LANZAN CINCO NUEVAS VARIEDADES DE SOYA Y DOS DE SORGO

**TRABAJO.** FUNDACRUZ presentó cuatro estaciones de trabajo, además elaboró un Manual Técnico con información oportuna para los agricultores y se distribuyó en el evento ferial.

**E**l evento ferial y de exhibición agrotecnológico más grande del país, fue la arena principal donde se presentaron nuevas variedades de granos para los cultivos. VIDAS es un espacio donde la investigación y estudio de expertos profesionales en el área, desarrollan distintos eventos para que el pequeño, mediano y grande agricultor pueda mejorar su producción y rendimiento.

“Dos nuevos lanzamientos de híbridos de sorgo, y cinco lanzamientos de nuevas variedades de soya se presentaron en VIDAS”, explicó el gerente Técnico de Fundacruz, Mario Porcel.

“Fueron muchas las inno-

vaciones agrotecnológicas que pudieron verse en Vidas, como ser nuevas semillas indicadas para las distintas agro regiones de producción, presentación de cultivos de cobertura para mejorar la estructura física de los suelos, cultivos novedosos como cártamo, manejos fitosanitarios y de nutrición en los cultivos de soya, maíz, trigo, girasol, entre otros, además cabe resaltar el uso de drones para la pulverización con defensivos agrícolas”, destacó el gerente Técnico de Fundacruz.

## El trabajo de Fundacruz

Porcel indicó que Fundacruz diseñó cuatro estaciones de trabajo para esta versión ferial. En la primera estación, expuso la importancia de la semilla genética y de la certificada. Es

decir que, la semilla fue sometida a un proceso de producción controlado y supervisado oficialmente por el organismo certificador de semillas, que asegura que la misma mantiene satisfactoria identidad y pureza varietal.

”

**En su décimo novena versión, VIDAS presentó en las parcelas demostrativas a más de 39 empresas que participaron con cultivos de soya, trigo, maíz, sorgo, entre otros**

“Luego tenemos el trabajo de selección masal, que es la purificación de la variedad para llevarla al mercado, de modo que el agricultor, cuando compra una variedad de soya tendrá material estable para por lo menos dos campañas, y luego pueda renovar comprando semilla certificada”, remarcó el experto.

En la segunda estación Fundacruz presentó las distintas variedades de soya que ha lanzado, con ciclos de cultivo desde los 95 días hasta los 120. “Son variedades que se adecúan a los distintos ambientes, puede ser para verano, suelos livianos, zona Este, donde se tienen pocas precipitaciones, como Cuatro Cañadas, San Julián, donde las lluvias ocurren de octubre a febrero, son variedades cortas”, aclaró.

Para zonas como Guarayos o el Norte Integrado del departamento cruceño, se tienen variedades intermedias para suelos complicados, arcillados y suelos pesados, con semillas para ciclos de 120 días.

En la estación número tres, Fundacruz presentó el trabajo de manejo de enfermedades. “En nuestra región tenemos una variedad que es resistente a la roya de la soya TMG 7373”, añadió Porcel.

Finalmente, indicó que en la cuarta estación, exhibieron los métodos de control de malezas o “como llamamos agricultura sostenible y a largo plazo, donde el sistema principal fue mostrar que la actividad agrícola, que es la producción de soya principalmente, no es una aventura, tiene que ser pen-



**PRODUCCIÓN.** La estatal YPFB mostró en las parcelas demostrativas la aplicación de la urea producida en Bolivia en cultivos de maíz, caña de azúcar, sorgo, girasol y pasturas



**CULTIVOS.** Las casas comerciales exhibieron la siembra y el manejo a partir de los productos que ofrecen para demostrar la eficiencia de los mismos

sado como una inversión de la empresa”, destacó Porcel.

### PARCELAS

En su décimo novena versión, VIDAS presentó en las parcelas demostrativas a 39 empresas que participaron con cultivos de soya, trigo, maíz, sorgo, entre otros, en las que expusieron la eficiencia de sus productos.

“Este año se amplió el área de parcelas. Se tenían 8,5 has, ahora tenemos 10,5 Has. He-

mos ampliado dos parcelas más para las demostraciones. Se redujo el área de maquinaria para realizar esta ampliación”, expresó el gerente Técnico.

Sin embargo, Porcel señaló que en la extensión predial del fondo, se habilitó más espacio que, seguramente para la siguiente gestión, pueda reponerse y disponerse de una nueva área para la exhibición de maquinarias.

### NOVEDADES

El pasado año como novedad en VIDAS se presentó el cultivo de la quinua, este año se extendió el área cultivada de este grano. “Son como 3 mil hectáreas que se han cultivado”, explicó Porcel.

No obstante, en el predio ferial, área de parcelas demostrativas, este año como novedad se ha cultivado caña de azúcar. “Son dos empresas que presentan el manejo del cultivo de la caña para producir más de 120 Tn por Has”, dijo.

### MANUAL TÉCNICO

Anualmente Fundacruz elabora un manual técnico, que no es más que un documento guía para los productores, fruto de la investigación de profesionales bolivianos en el área de la agricultura, que plasmaron con imágenes y resultados la problemática y las soluciones para el agro.

Los temas que se presentaron este año en el Manual Técnico están centrados en el

control de malezas, control de insectos, la fertilización, rotación de cultivos, y cómo mejorar la estructura química y física del suelo.

Es un documento que consta de 20 artículos, donde más de 20 profesionales aportaron a este trabajo con una ardua investigación. Fueron 5.000 ejemplares que se imprimieron para distribuir a los patrocinadores y los productores durante los días de campo, concluyó Porcel.

Una de las marcas más importantes del mercado y aliada del agro en el país, Toyota, también estuvo presente en la feria VIDAS con sus líneas más demandadas por el sector agrícola.

Exhibió sus marcas Kubota, Lite Ace, Hilux, Land Cruiser, Corolla Cross, Rush, entre otras.

Jorge Perez del área de Toyosa Equipos, el brazo que atiende al sector agrícola, destacó que los tractores de la marca Kubota, importados directamente desde Japón, son fabricados especialmente para el mercado Latinoamericano. "Tenemos tractores de la línea compacta desde 24, 38 y 41 hp, que son especiales para las diferentes zonas del país. También tenemos tractores de la gama media, que tienen una capacidad de 70, 95 y 108 hp, especiales para cultivos de mayor amplitud", explicó.

Por su lado, Luis Fernando Lino, jefe de Sucursal Montero de Toyosa, dijo que la camioneta Hilux es la más demandada por el sector agrícola en todas sus versiones.

Asimismo, indicó que el agro prefiere los vehículos Land Cruiser 70, en versiones como camionetas, jeep, vagonetas porque son aptas para trabajo.

La marca Lite Ace en su versión camioneta, cuenta con motor 1500 cc carga una tonelada incluyendo al pasajero. Así como los minibuses, de esta misma marca, también son muy requeridos por el sector agrícola, aseguró Lino.



Los tractores de la marca Kubota, importados directamente desde Japón son fabricados especialmente para el mercado Latinoamericano



## TOYOTA ES LA MARCA EMBLEMÁTICA DEL AGRO

**MOTORES.** La marca que genera confianza en la industria agrícola, presentó sus distintas líneas y versiones con atractivas ofertas de feria.



**LITE ACE.** Minibuses y camionetas de trabajo con motor 1.500 cc



**VERSÁTILES.** La Toyota Rush cuenta con 3 filas de asientos



**KUBOTA.** La marca japonesa fabrica tractores para Latinoamérica



**VEHÍCULOS.** Los más demandados del agro son las camionetas Hilux

# VIDAS ANUNCIA 3 DÍAS DE FERIA PARA SU VIGÉSIMA VERSIÓN



**CRECIMIENTO.** VIDAS generó agronegocios por más de 25 millones de dólares e intenciones de negocios por más de 110 millones, superando las cifras de la versión anterior.

**V**IDAS, rumbo a cumplir 20 años de creación en el 2024, se renueva en el tiempo, ampliando sus exposiciones un día más. A partir de la vigésima versión anuncia tres días llenos de transferencia de conocimiento técnico e innovación tecnológica.

Alrededor de 27.000 personas se dieron cita para visitar más de 350 muestras feriales en las diferentes modalidades que presenta el evento generando agronegocios por más de \$us 25 millones e intenciones de negocios por más de 110 millones, superando las cifras de la versión anterior.

VIDAS, realizó importantes reconocimientos al sector, y por vez primera se entregó el Galardón al Sembrador de Esperanza, otorgado al señor Antonio Ceccato, pequeño agricultor de origen italiano, fundador del Hogar de Dios.

La Trayectoria Empresarial, fue entregada a siete expositores que acompañan VIDAS más de una década. Cada una de ellas ha construido de manera significativa al desarrollo de la región y del país.

Así también, se entregó el reconocimiento "La Semilla de Oro", otorgada a cuatro empresas en sus diferentes modalidades de exposición, Agripac Boliviana S.A. y Tecnomyl en el área de parcelas demostrativas, así como SACI S.A y BOLTRAC LTDA. en la modalidad de stand.



**INAUGURACIÓN.** Los organizadores del evento ferial distinguieron a los participantes más destacados

**SEMBRADORES RECONOCIDOS**



La empresa Prodimsa, representante de los lubricantes YPF recibió un galardón de parte de VIDAS 2023



Los stand lucieron sus mejores galas y entregaron algunos suvenires



Las concesionarias presentaron vehículos especiales para el agro



La maquinaria pesada mostró lo último en tecnología



ESMERO. La atención al público estuvo marcada por la cordialidad de hermosas azafatas que informaron sobre las novedades que las empresas exhibieron en el evento ferial

## MOVILIDAD urbana sostenible

**SANTA CRUZ.** El excesivo número de vehículos que circulan en el área metropolitana provocan congestión vial y problemas medioambientales. Urge adaptar la planificación urbana a las necesidades actuales y futuras.





# MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE: EN BUSCA DE LA INTEGRACIÓN Y EFICIENCIA

**SANTA CRUZ.** La región metropolitana cruceña experimenta un rápido crecimiento, que conlleva a la congestión vial y a los problemas medioambientales. Expertos debaten las posibles soluciones y propuestas.

**E**n el contexto de estudios y propuestas por parte de las instituciones y organizaciones relacionadas a la construcción y urbanismo, el Colegio de Arquitectos de Santa Cruz y la Sociedad de Estudios Metropolitanos (SEM) iniciaron un ciclo de conversatorios que abordan las diferentes necesidades que tiene la ciudad y los municipios que la rodean.

El segundo conversatorio del ciclo "Revolución Urbana SCZ" se desarrolló el 31 de oc-

tubre y presentó la temática referida a la movilidad urbana sostenible en la región metropolitana de Santa Cruz. En los últimos años, la región metropolitana cruceña ha experimentado un rápido crecimiento, lo que ha llevado a la falta de integración y eficiencia en los medios de transporte público disponibles y al uso excesivo de vehículos particulares, lo que conlleva a la congestión vial y a los problemas medioambientales, pero fundamentalmente a la necesidad de adaptar la planificación urbana a las necesidades actuales y futuras.

Mario Aguilera, vicegobernador de Santa Cruz, participó del evento denominado "Una metrópolis en movimiento", y presentó los resultados del aforo vehicular de la región metropolitana de Santa Cruz y entre los resultados más relevantes mencionó que son 541.145 vehículos los que se mueven diariamente en la región metropolitana de Santa Cruz. Además indicó que hay personas que usan cuatro transportes al día. Asimismo, dijo que el tiempo promedio de transporte de una persona al día es de 53,4 minutos y el 13 % no ingresa a la ca-

pital cruceña, se mueve entre municipios.

"Hay gente que se queda en el municipio donde trabaja durante la semana para evitar los viajes y los gastos. Suman 142.220 vehículos de transporte intermunicipal y 71.000 movi- lidades de transporte urbano; cada uno de ellos contribuye al efecto invernadero. ¿Qué alternativa existe para contrarrestar todo esto?, el transporte masivo", aseguró la autoridad de la gobernación, y expresidente del Colegio de Arquitectos.

Del mismo modo se analizó el proyecto del Tren Metro-

politano Santa Cruz - Warnes - Montero, una temática expuesta por el arquitecto Alan Vera Velasco, quien indicó que contaría con 19 estaciones favoreciendo a diferentes poblaciones. Esto parte de su propuesta de soluciones ferroviarias para conectar municipios. Antes, el exdirector de ENFE, de La Paz-Bus y del Teleférico La Paz-El Alto, presentó los problemas generados por el caos de la movilidad en diversas urbes del mundo. Por ello, indicó que hay que dejar de hablar solo de transporte porque las ciudades deben ser para las personas, no

para los autos, por tanto hay que diseñar ciudades y no proponer más parqueos.

Asimismo, el Plan Maestro de transporte no motorizado para Santa Cruz de la Sierra, fue expuesto por Olalla Rodríguez Pomar, ingeniera civil experta en planificación, economía y operación de transporte urbano y metropolitano, quien disertó sobre de la implementación de ciclovías en la ciudad. Para ello, indicó que según lo estudiado, la red ciclista actual cuenta con 34 km, pero con varios problemas: como ancho insuficiente y tramos cortados para el tráfico motorizado. La profesional española, que fue coordinadora del estudio técnico, económico y socioambiental para la construcción e implementación del Sistema de Transporte Masivo de La Paz y El Alto, está convencida de que se precisa una red de ciclovías ecológicas, sustentables y resilientes con la participación de diversos especialistas y actores.

Por su parte, Mariana Daga Mérida, jefa del departamento de Información y Estadística del Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz de la Sierra (GMASC), desarrolló el tema "Levantamientos de datos del contexto urbano dispuesto sobre los corredores de transporte masivo (CTM) y su área de influencia". Se trata de un proyecto que el municipio cruceño trabaja con el apoyo del JICA. Al momento se están recabando datos, por lo que ya se han identificado 20 puntos de interés urbano en los que hay dinámica social y económica. Son 29.652 edificaciones inventariadas y la información se coteja con la base que tiene el GMASC. Se esperan los resultados finales al término de diciembre.

En ese sentido, la movilidad urbana se mejora adoptando viajes multimodales y haciendo que haya una necesidad mínima de transporte, indicó en su ponencia Álvaro Mier Barzón, formado en las áreas de Sistemas de Gestión de Calidad y Medio Ambiente, en su exposición del tema "Movilidad urbana: una visión holística". El profesional destacó la experiencia brasileña en el tema: Una política nacional que contempla

el estudio de cómo se mueven los vehículos y adónde quieren desplazarse las personas.

"Es en este último punto que hay que pensar; se debe trabajar en una estrategia integral para encarar satisfactoriamente la movilidad urbana sustentable de la Santa Cruz metropolitana. Por otro lado, se debe pensar en planes que cuiden el espacio público, el desarrollo urbano y económico, la recuperación del centro histórico y la cultura ciudadana" dijo Mier a tiempo de destacar que la comunicación y educación son fundamentales.

### MESAS TÉCNICAS

Las ponencias dieron paso a cuatro mesas de trabajo divididas según: infraestructura y planificación urbana, transporte público y alternativas sostenibles, gestión y políticas públicas y el rol de la academia e instituciones. Con ellas se busca promover la discusión y el análisis de los retos actuales en materia de movilidad urbana en Santa Cruz de la Sierra, y proponer soluciones efectivas a través de la cooperación entre la academia, el Gobierno, las instituciones y la sociedad civil.

Tal como sucedió en el primer conversatorio —en el que se trató la problemática del centro histórico cruceño— al final se expondrán las ideas obtenidas en las mesas de trabajo y se elabora un documento que será difundido como un aporte del CASCZ a la sociedad.

.....”.....

**Son 541.145 vehículos los que se mueven diariamente. Suman 142.220 vehículos de transporte intermunicipal y 71.000 de transporte urbano; cada uno contribuye al efecto invernadero**

.....



## LA OBRA PÚBLICA VERTICAL EN SANTA CRUZ CAYÓ EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

**INFORME.** Se notó un decrecimiento en la inversión pública en cuanto a obras de infraestructura vertical, identificando en la gestión 2022 solamente una participación del 1% de las obras públicas en Santa Cruz vs el 8% que se relevó en la gestión 2018.

El 19 de octubre se inició el levantamiento de datos para el censo de obras y la encuesta de hogares en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, para lo cual se tiene planificado un trabajo de campo de 40 días y el desplazamiento de un equipo de 20 personas debidamente acreditadas.

Anualmente, el Observatorio Urbano (OBU) de la Cámara de la Construcción de Santa Cruz – Cadecocruz realiza este estudio que permite conocer la situación actual del sector de la construcción, identificar las necesidades habitacionales de la población, entre otros aspectos fundamentales para la planificación urbana y la toma de mejores decisiones.

La construcción, sin duda fue uno de los sectores más afectados luego de la Pandemia, sin embargo durante la gestión 2022 se observó una recuperación moderada de un 3%, mostrando la reactivación del sector. No obstante, también se notó un decrecimiento en la inversión pública en cuanto a obras de infraestructura vertical, identificando en la gestión 2022 solamente una participación del 1% de las obras públicas en Santa Cruz vs el 8% que se relevó en la gestión 2018.

Desde la gestión 2011 los datos del OBU han apoyado en la identificación de necesidades tanto públicas como privadas en los diferentes municipios del área metropolitana, así como en

las gestiones a realizar como institución, informó Yessenia Romero Gutierrez, Jefe de Proyectos de Desarrollo de Cadecocruz.

El Observatorio Urbano de la Cadecocruz fue diseñado con el objetivo de diagnosticar y proyectar el desarrollo y crecimiento de la construcción. Brindando una visión global y actualizada cada gestión para orientar en la toma de decisiones y la ejecución de acciones estratégicas.

A decir de Romero, es una herramienta que facilita instrumentos de gestión para monitorear y evaluar las acciones en construcción y políticas metropolitanas que responden a las necesidades e intereses de la ciudad.

VIVIAN RODA

Arquitecta Diseñadora

# “LAS BUENAS PRÁCTICAS MEJORAN LA CALIDAD DE VIDA”



## PERFIL

Vivian Roda estudió arquitectura en la University of Florida en Gainesville, trabajó en STA Arquitectural Group en Miami, Florida. Cursó una Maestría en Arquitectura en Washington University in St. Louis (en Saint Louis, Missouri). Regresó a Santa Cruz para trabajar en proyectos del Grupo Roda. Luego instaló una empresa de diseño y papelería. Ocho años después, volvió a la arquitectura y diseñó el espacio oficial de Gladymar en CasaCor 2023.

**SOSTENIBLE.** La nueva tendencia en arquitectura busca espacios flexibles y adaptables. Los arquitectos tienen la responsabilidad de diseñar espacios que integren y respeten la ecología, tanto en diseño como en materiales y técnicas de construcción sostenible.

**C**ómo concibe la idea de sus proyectos o diseños, y cuáles son los elementos que caracterizan sus obras?

Al empezar a diseñar, siempre me pongo en el lugar del usuario final. Si yo viviera ahí, si yo trabajara ahí, ¿qué quisiera de ese lugar? ¿Qué aspectos son importantes para vivir o trabajar mejor en ese espacio?

Analizo el contexto: comprender el entorno en el que se va a construir, incluyendo la cultura del lugar. Si es una empresa, ¿Cuál es la cultura de la empresa? Estudio también la funcionalidad del proyecto: debe responder a las necesidades del cliente. La estética, la sostenibilidad, la innovación, flexibilidad del diseño también son factores cruciales que van moldeando un diseño.

En CasaCor exhibió el Descanso bajo la Higuera, ¿En qué se inspiró y por qué eligió esa temática, los detalles, elementos y texturas?

Mi participación en CasaCor fue una experiencia muy especial. Diseñé el espacio oficial de Gladymar, empresa de mi familia, en el cual se utilizó materiales de todo el Grupo Roda. Trabajamos de la mano de CIMAL, GRAMAR y todos los productos importados por

.....”.....

**Un punto clave, es la incorporación de energías renovables y eficientes. Utilizar estas fuentes de energía en nuestras obras ayuda a reducir el impacto ambiental**

.....

Gladymar: Deca, Coral, Eliane, etc.

Descanso bajo la Higuera está inspirado en la morada interior del ser humano, el espacio. Resumió lo que Santa Teresa de Jesús describió como el alma humana: un castillo compuesto por muchos aposentos que se conectan unos a otros, mediante un recorrido similar al de un laberinto. En este laberinto existe un solo camino que lleva a la única meta final: la unión del alma con Dios.

El elemento más importante del espacio fue un pequeño árbol de higo. Un árbol de gran significado en la vida espiritual, pues representa la fecundidad, prosperidad, abundancia y salud. Y es justo ahí, bajo las extensas ramas que irrumpieron el espacio, dónde se creó un lugar de reposo.

La simplicidad en la forma, la generosidad del espacio, la riqueza de las texturas y la pa-

leta monocromática hacen de este espacio un lugar de delicada sofisticación. El leve brillo en el piso, el mesón colgante y la elegancia de la madera Morado revistiendo el respaldo del gran cuadro de la Virgen María (de Bethania Sauto), crearon el ambiente perfecto para entrar a las moradas más íntimas y finalmente a la felicidad plena.

*¿Cuáles son las tendencias en diseño y arquitectura en Bolivia? ¿Cómo influyen los temas medioambientales para proyectar espacios habitacionales?*

La tendencia en diseño y arquitectura actual a mi criterio, tiene dos principios. El primero, es la búsqueda de es-

pacios flexibles y adaptables a necesidades que pueden cambiar de un día para otro. El segundo, y más importante, es la responsabilidad que tenemos como arquitectos de diseñar espacios que integren y respeten la ecología, tanto en diseño como en el uso de materiales y técnicas de construcción sostenibles.

Un punto clave, por ejemplo, es la incorporación de sistemas de energía renovable y eficiente. Utilizar estas fuentes de energía en nuestras obras ayuda a reducir el impacto ambiental de los edificios y contribuyen a la lucha contra el cambio climático. Estas buenas prácticas mejoran la calidad de vida y el confort del usuario final.



**FACUNDO  
Baudoin**

Arquitecto  
CEO de la consultora Baudoin Arquitectos C.A.

# EL PROBLEMA COMO CENTRO DEL PROYECTO DE ARQUITECTURA

**U**n jueves de 1997 el arquitecto Hernán Zamora, cita a Louis Khan, diciendo: “si un artista pinta un cañón, este puede tener ruedas cuadradas, acción imposible en el dibujo arquitectónico dado que éstas tendrían poder rotar”. Cierta o no la referencia, nos deja ver que la responsabilidad profesional ética del arquitecto, es cumplir un encargo directamente asociado a la labor del ser humano. Sin embargo, la propia comparación nos hace ver, que la arquitectura en sí misma es un trabajo que se debe también a la acción disciplinar (Labor, trabajo y acción referidos a los conceptos base de la vita activa de Hannah Arendt).

El año 1966 se edita el libro más conocido de Robert Venturi. Parafraseando su título, empieza “Me gusta la complejidad y la contradicción en la arquitectura.” El texto refiere claramente a que como en las

ruedas del cañón, un encargo de arquitectura tiene miles de restricciones que los arquitectos pueden organizar en términos de cómo priorizan variables hechas problemas para volverlas productivas en función de un potencial resultado. Aun así, la frase en su visión positiva de la circunstancia, entiende que la síntesis de respuesta al problema del encargo siempre va a entrar en contradicción con otros definidos como menores. La arquitectura entonces, es una acción de inflexión, es la constante negociación a fin de poder trabajar con todas las variables posibles, teniendo elocuente claridad sobre una cuestión superior.

Bajo este axioma, la disciplina arquitectónica se diferencia de la profesión de abogacía y o medicina no sólo en que estas últimas no requieren de la historia para dar respuestas eficaces a sus solicitudes, sino que a su vez lo relevante de sus respuestas es el producto final

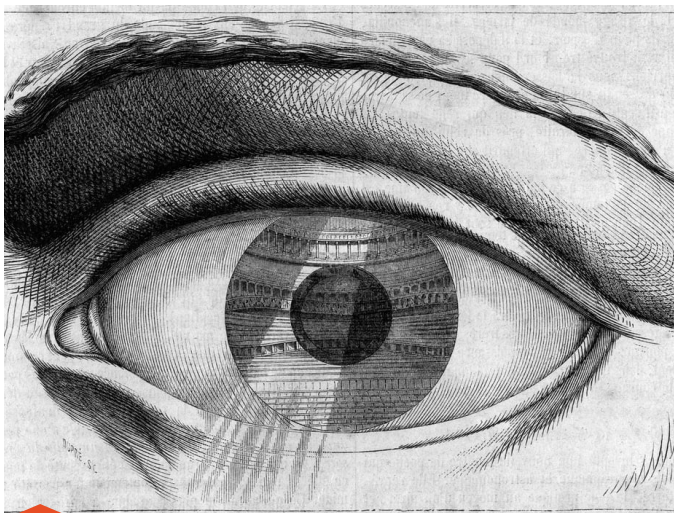
en sí mismo y no el proceso que lo genera como es el caso del diseño. Por otro lado, la arquitectura puede ser simultáneamente disciplina y profesión, ofreciendo respuestas a temas coyunturales específicos, mientras que cuestiona el quehacer de su proceso, en el momento histórico y o ideológico que le rodea o inscribe. Al igual que en la pintura, cine o literatura, el proceso y el producto tiene una relevancia histórica y preponderante para el aprendizaje de la profesión.

De esta manera detonar restricciones o accidentes, que accionen respuestas fortuitas o inesperadas a lo largo de la historia, han formalizado movimientos ideológicos y la búsqueda de nuevas perspectivas disciplinares como lo han sido el situacionismo, el dadaísmo, el urinario como obra de arte, y así también explicación al tardío reconocimiento de Raymond Russel como un escritor relevante del movimiento surrealista.

Pareciera entonces, en relación a la disciplina que saber realizar el cuestionamiento fundamental, es lo esencial del pensamiento creativo. Ricardo Piglia acertadamente decía que Jorge Luis Borges quizás había sido el único escritor en saber claramente lo que quería hacer en perfección y poder consumarlo. Georgie, siempre aludió y fue conocido como el gran lector, y esto le brindó el privilegio supremo de saber distinguir la calidad de la escritura, propia y ajena, destreza nada menor. Al respecto, en la academia de arquitectura, la primera vez que leí el mensaje a estudiantes de Le Corbusier, me impactó la respuesta que él diera sobre cuál era el lugar adecuado de ubicación de una ventana. El suizo, respondió “pruebas uno y otro lugar hasta encontrar el correcto”. Yo entonces me cuestioné, ¿y cómo sé qué lugar es ese? Ésta, como la consumada conciencia de Borges, me hicieron concluir que, siempre se puede

mejorar el diseño, y esto es sólo cuestión de empeño y dedicación, pero la magia que conduce a un nuevo camino, que produce la belleza indescifrable a la que siempre queremos regresar, consiste en saber cuándo las cosas no están listas, saber leer, saber cuestionar y eso inevitablemente pasa por la perspectiva disciplinar bajo la construcción de una ética a veces invisible que va más allá del encargo.

Este ejercicio, es sin duda complejo y exige la voluntad de búsqueda por lo contemporáneo, viendo el tiempo que se habita de manera crítica y sin complacencia. No se trata de estar en el tiempo, sino con el tiempo. Se trata de ser copartícipe con criterio y propia duda en un instante efímero como el sentido de la ola, que cuando revienta ya no es ninguna. Así, la acción efímera de la repetición de la duda, la consolidación accidental o planeada dejan, o no, pátina para una nueva mirada que sume a la vez, que destruya. Ser coprotagonista de la disciplina nos obliga entonces al prejuicio, la conciencia histórica, la toma de posición, el mapeo de sus diferencias y la construcción de alternativas que intencional o accidentalmente asuman de manera anacrónica el posicionamiento dialéctico, de que no hay luz sin sombra. Sólo desde las sombras podremos ser contemporáneos, cuando la dilatación de nuestras pupilas nos permite la reconstrucción de aspectos que bajo el encandilamiento de nuestra mirada son imperceptibles.



**ARTE.** Una mirada al teatro de Besancon por Claude Nicolas Ledoux



**CONCEPTUAL.** Fuente, escultura de Marcel Duchamp



Por un Futuro con Más  
Motivos para Brindar