

# HISTORIAS DE LAS EMPRESAS LÍDERES DE LA PAZ II



2015

**EPLP** FEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
PRIVADOS DE LA PAZ



**HISTORIAS  
DE LAS EMPRESAS  
LÍDERES  
DE LA PAZ  
II**

**Planificación**

Comité Ejecutivo Federación de Empresarios Privados de La Paz  
FEPLP 2013 - 2015

**Dirección General**

Lic. Soraya Fernández Jáuregui  
Coordinación  
Lic. Ruth Azeñas Soza

**Redacción**

Historias: Empresas participantes  
Introducción: José Quiroga

**Edición**

Lic. Alvaro Cuéllar Vargas

**Foto de portada**

Jorge Ronny Miranda Schigler

**Diseño Diagramación e Impresión**

Staff Publicidad & Marketing Tels.: 2220508 - 2242745

**Segunda edición**

Depósito Legal: 4-1 -1742-15

**Idea intelectual**

Federación de Empresarios Privados de La Paz - FEPLP  
Av. Mariscal Santa Cruz No. 1392  
Edificio Cámara Nacional de Comercio - Piso 8 - Oficina 801  
Tel.: (591-2) 2312358 - 2350975 Fax: 2392319  
E-mail: empresariosdelapaz@feplp.com.bo  
Página Web: [www.feplp.org.bo](http://www.feplp.org.bo)

**Año**

2015

La Paz - Bolivia

# ÍNDICE

	pág.
PRESENTACIÓN.....	5
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS PRIVADOS DE LA PAZ - FEPLP	
COMITÉ EJECUTIVO 2013 - 2015.....	7
COMITÉ EJECUTIVO 2015 - 2017.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
EMPRESAS SELECCIONADAS .....	15
<b>EMPRESAS LÍDERES DE LA PAZ II</b>	
EL DIARIO S.A. ....	17
PIL ANDINA S.A. ....	27
LA GAITA S.R.L. ....	37
ARTEMOBILE S.R.L. ....	47
COSIN LTDA. ....	57
FUNERARIA VALDIVIA .....	67
DISMAC S.R.L. ....	77
TOTE'S LTDA. ....	87
LABORATORIO HAHNEMANN .....	97
BANCO SOL S.A. ....	107
CONSULTORES DE SEGUROS S.A. ....	117
HIDROELÉCTRICA BOLIVIANA S.A. ....	127
VIVA S.A. ....	137
HOSPITAL ARCO IRIS S.R.L. ....	147
PRODELAC S.R.L. ....	157
DIRECTORIO DE EMPRESAS.....	167



# PRESENTACIÓN



El Comité Ejecutivo de la Federación de Empresarios Privados de La Paz se complace en presentar la segunda edición del libro **Historias de las Empresas Líderes de La Paz - 2015**, documento que permitirá apreciar las historias y el legado de reconocidas empresas paceñas, así como una relación de sus principales actividades, logros y proyectos.

La primera versión del libro se publicó en noviembre de 2013, en ocasión de conmemorar los 20 años de vida de la *Federación de Empresarios Privados de La Paz – FEPLP*, destacando así el valioso aporte de las empresas paceñas y las no paceñas que decidieron invertir en nuestro departamento.

Motivados por el éxito y el impacto obtenido con la primera publicación, la Federación resuelve continuar destacando a más empresas de las ciudades de *La Paz* y *El Alto*, que a pesar de las dificultades propias de nuestras ciudades y que están ligadas a sus propias características, entre ellas la de ser sede del Poder Ejecutivo, muchos empresarios legalmente constituidos arriesgan a diario sus capitales e inversiones, a fin de brindarnos un producto o servicio de calidad y ponerlo a disposición de los usuarios, siendo socialmente responsables al crear puestos de trabajo dignos, y así aportar al crecimiento de la economía departamental y nacional.

No obstante, y a pesar de los significativos avances, La Paz sigue postergando su despegue hacia el desarrollo, por cuanto a la falta de condiciones, han ido emergiendo otras piedras en el camino, como la competencia desleal de ciertos sectores que han irrumpido en el mundo de los negocios, al amparo del contrabando y la informalidad.

Aun así, La Paz permanece agazapada para dar el salto hacia el desarrollo y crecimiento, pero no hace esto desde la sombra de la pasividad, sino mediante un trabajo denodado, aportando día a día con trabajo a través de sus empresarios y nuevos emprendedores visionarios que confían en *Nuestra Señora de La Paz*.

Una vez más, la Federación de Empresarios Privados de La Paz asume la misión de destacar el esfuerzo de este grupo de emprendedores valientes por medio de esta nueva publicación, en el que un selecto grupo de empresarios han sido elegidos para conformarla.



Animamos a las empresas a seguir apostando por nuestro Departamento, para que La Paz asuma el papel de liderazgo de años pasados en los cambios sociales y económicos que están teniendo lugar.

Además de desearles una buena lectura y un uso práctico del mismo, no puedo terminar estas líneas sin antes agradecer especialmente a las empresas participantes, instituciones colaboradoras y a todo el equipo de la Federación que tuvo la responsabilidad de llevar adelante este proyecto.

Que estas riquísimas historias sirvan de ejemplo y se repliquen en nuevos emprendimientos.

Muchas gracias!!

## **FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS PRIVADOS DE LA PAZ**



**D. Luis Urquiza Valdivia**

Presidente



# FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS PRIVADOS DE LA PAZ - FEPLP COMITÉ EJECUTIVO 2013 - 2015



**D. Luis Urquiza Valdivia**  
Presidente

**Ing. Javier Calderón Eduardo**  
Primer Vicepresidente

**Lic. Reynaldo Peña Portocarrero**  
Segundo Vicepresidente

**Ing. Henry Ruiz Weisser**  
Tesorero

**Lic. Alberto Guzmán del Carpio**  
Secretario General

**Lic. Miriam Quino Valdez**  
Vocal

**Sra. Lourdes Ríos de Mukled**  
Vocal

**Lic. Soraya Fernández Jáuregui**  
Directora Ejecutiva





PROMOVIENDO EMPRESAS SOCIALMENTE  
RESPONSABLES Y APOYANDO AL DESARROLLO  
DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Edificio Cámara de Comercio, Piso 8, Oficina 801  
Av. Mariscal Santa Cruz No. 1392 La Paz - Bolivia

Teléfonos: +591-2-2312358

+591-2-2392319

Fax: +591-2-2350975

Email: [empresariosdelapaz@feplp.com.bo](mailto:empresariosdelapaz@feplp.com.bo)

Sitio web: [www.feplp.com.bo](http://www.feplp.com.bo)

Redes sociales: [www.facebook.com/feplp](http://www.facebook.com/feplp)

[www.youtube.com/feplp2011](http://www.youtube.com/feplp2011)



# FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS PRIVADOS DE LA PAZ - FEPLP

## Libro presentado por el nuevo Comité Ejecutivo 2015 - 2017



**Ing. Javier Calderón Eduardo**  
Presidente

**Ing. Jaime Ascarrunz Eduardo**  
Primer Vicepresidente

**Lic. Alejandro Blanco Velásquez**  
Segundo Vicepresidente

**Ing. Henry Ruiz Weisser**  
Tesorero

**Lic. Álvaro Beymar Ayllón Quisbert**  
Secretario General

**Sra. Lourdes Ríos de Mukled**  
Vocal

**Sra. Teresa Peralta Pabón**  
Vocal

**Lic. Soraya Fernández Jáuregui**  
Directora Ejecutiva



# INTRODUCCIÓN

En esta nueva gestión, la Federación de Empresarios Privados de La Paz ha decidido continuar destacando a las empresas líderes y tradicionales del Departamento de La Paz. Para homenajear a estos visionarios emprendedores, resolvimos difundir sus historias, sus anécdotas, su trabajo y sus personajes, y para que este invaluable legado no se pierda, resolvimos darle forma de libro, en el que se plasmen estas importantes historias que sirvan de modelo para todos los actores del desarrollo productivo y económico de La Paz.

Debido a aspectos de espacio y plazos, varias empresas que hoy forman parte de esta nueva edición no lograron ser incluidas en la primera publicación (2013). Los criterios de selección son los mismos que los del primer número: *a) Antigüedad de la empresa, b) Destacada en su rubro, c) Socialmente responsable, d) Tradición, e) Prestigio, f) Imagen ante la opinión pública y g) Creación de empleos.*

Estas empresas –pertenecientes a la industria, el comercio, la banca y servicios– forman parte de esta nueva edición porque día a día invierten y se esfuerzan por trabajar en una metrópoli cada vez más abrumada por las constantes manifestaciones públicas, bloqueos y demandas sociales, por el solo hecho de ser la ciudad de La Paz sede de Gobierno.

Las empresas elegidas están posicionadas en el mercado paceño y nacional en virtud a su trabajo esforzado, a una atinada visión y a políticas de inversión orientadas a la actualización de tecnología y formación de recursos humanos.

Las empresas incluidas y destacadas en esta nueva edición forman parte de este grupo selecto de iniciativas dignas a ser ponderadas y destacadas por el esfuerzo y dedicación de los visionarios emprendedores que lideran estas empresas.

## **Empresas pujantes**

Estas empresas iniciaron sus actividades en La Paz, departamento que durante muchos años se ha caracterizado por su industria pujante, impulsada por pioneros emprendedores que tuvieron la acertada visión de construir centros de producción y transformadores de materia prima, a fin de no depender más de la actividad extractiva.

La actividad minera en la época colonial alentó el crecimiento de la industria, complementaria a la explotación de minerales, especialmente en Potosí con los ricos yacimientos de plata. La Paz, al ser una región cercana a los puertos del Pacífico, empezó a convertirse en uno de los primeros centros productivos del país, a la par de su vocación comercial.

La industria es el motor que impulsa las actividades comerciales y de servicios, por cuanto la transformación de la materia prima precisa de insumos y actividades complementarias necesarias y altamente especializadas, como los servicios financieros, actividad comercial, comercio exterior (exportación) y otros.



Por lo expuesto, en este segundo capítulo se da a conocer una nueva muestra representativa de las empresas de los rubros industria, comercio, banca y servicios. Las empresas más antiguas que lograron superar con éxito las dificultades inherentes a nuestra azarosa historia, lo hicieron en virtud a la pujanza y al trabajo que ha caracterizado por años a los empresarios que resolvieron operar en La Paz.

Las empresas creadas en los últimos años, en poco tiempo lograron situarse y posicionarse en el mercado local y nacional, gracias a objetivos y metas claramente definidas en cánones de calidad, responsabilidad social empresarial, competitividad y otras ventajas comparativas.

La Revolución de Abril de 1952 fue el inicio para la diversificación económica del país, que se inició con la construcción de nuestras carreteras que vincularon el occidente del país con el oriente. En forma paralela, La Paz fue consolidándose como el centro proveedor de insumos industriales y de servicios.

La posición geoestratégica de La Paz la ha convertido en el Departamento clave de Bolivia, por cuanto gran parte de las actividades del comercio exterior deben pasar necesariamente por el mismo. Esta ventaja ha impulsado un movimiento industrial importante, especialmente en el rubro de las manufacturas, en el que La Paz posee el liderazgo a nivel nacional.

La accidentada geografía de la ciudad Sede de Gobierno ha generado empresarios industriales proactivos que, a pesar de los movimientos sociales, caracterizados por constantes marchas de protesta, bloqueo de carreteras, paros laborales y otros conflictos surgidos al calor de enfrentamientos políticos, han logrado remontar en forma exitosa situaciones de crisis.

Por ejemplo, entre 1964 –año en que se inicia el periodo de los gobiernos militares de facto– y 1981 –comienzo de la etapa democrática– la industria atravesó por distintas etapas, unas caracterizadas por el incremento de los índices de aporte al PIB (17%) y otras por un paulatino decremento de su producción.

No sorprende el hecho de que empresas paceñas que decidieran trasladar sus centros de operaciones a otros departamentos o países, obtengan resultados óptimos en sus procesos de producción, ya que habituados a estar siempre en ambientes hostiles, de pronto sus esfuerzos en climas favorables empiezan a rendir frutos y, con ello, el bienestar social para sus trabajadores.

Los datos de FUNDEMPRESA son claros en este sentido, ya que a pesar del referido clima desfavorable, las actividades industriales, comerciales y de servicios en La Paz continúan creciendo, aspecto que puede apreciarse en el número de empresas registradas que continúa en aumento.

A enero de 2015, según FUNDEMPRESA, La Paz lidera en número de empresas a nivel nacional con 42.536, seguida de Santa Cruz, que registró un total de 41.106 empresas, y Cochabamba en tercer lugar con 25.970 unidades empresariales. En este mismo informe se señala que La Paz tuvo un crecimiento del 17% respecto de enero del año pasado, mientras que Santa Cruz y Cochabamba crecieron en 11% y 14%, respectivamente.

Si las condiciones mejoraran en La Paz, a partir de la construcción de un ambiente idóneo para las inversiones, dando la mejor atención al desarrollo de la infraestructura básica y disminuyendo la inseguridad jurídica, la base empresarial paceña podría experimentar un crecimiento sin precedentes, situándose en una posición expectable, capaz de contribuir al crecimiento del PIB nacional, inaugurando una nueva etapa rumbo a la recuperación del liderazgo económico a nivel nacional.

**La Paz, marzo de 2015**

# EMPRESAS SELECCIONADAS



EL DIARIO S.A.

---



PIL ANDINA S.A.

---



LA GAITA S.R.L.

---



ARTEMOBILE S.R.L.

---



COSIN LTDA.

---



FUNERARIA VALDIVIA

---



DISMAC S.R.L.



EMPRESA DE LIMPIEZA TOTE'S LTDA.

---



LABORATORIO HAHNEMANN

---



BANCO SOLIDARIO S.A.

---



CONSULTORES DE SEGUROS S.A.

---



HIDROELÉCTRICA BOLIVIANA S.A.

---



VIVA S.A.

---



HOSPITAL ARCO IRIS S.R.L.

---

**PRODELAC** S.R.L.

PRODELAC S.R.L.





# EL DIARIO

*Decano de la Prensa Nacional*

**“LA PRENSA HACE LUZ EN LAS TINIEBLAS”**



Colección:  
"La Paz de Ayer y de Hoy"





  
*El Ministro de Ultramarinos y Cultivos de Indias*  
*Don Juan de los Rios*  
*Comisionado general de* **Don Cruz**  
*de la imprenta y matutino "El Diario"*  
*y le respaldó el presente diploma firmado por su propio*  
*nombre y referendado por el Comandante de Indias*  
*Don Juan de los Rios, Rey de las Indias y de las*  
*Indias de Occidente de Indias, en virtud de su poder*





José Carrasco Torrico



Benedicto Goytia y Chacón

## FUNDACIÓN DEL DECANO DE LA PRENSA NACIONAL

**H**abía pasado el mediodía de ese martes 5 de abril de 1904, cuando en la ciudad de Nuestra Señora de La Paz, de aproximadamente 62.000 habitantes, era anunciado un nuevo órgano de prensa, de tamaño tabloide y de ocho páginas, que salía en su primer número bajo la dirección del Dr. José Carrasco Torrico, connotado político, constitucionalista y miembro del Partido Liberal, que a la sazón gobernaba el país bajo la presidencia del Mayor General José Manuel Pando Solares.

Se trataba de EL DIARIO, cuya fundación como vespertino, hasta su número 8, se realizó en la casa No. 5 de la calle Illimani, donde funcionaban sus oficinas y talleres, mismas que se encontraban a un paso de la Plaza Mayor o 16 de Julio, tal como se la denominaba en esa época a la actual Plaza Murillo, la que constaba de ocho jardines de ornamentación de forma triangular, separados unos de otros por otras tantas calles o avenidas de 4 metros de ancho, con pavimentación de lozas; de tres lagos adornados con sus pilas e islas y elegantes juegos de agua, y poblados de peces o pescaditos de color; de 100 elegantes bancos de madera y fierro para comodidad del público y de una vistosa verja exterior.

En un costado se hallaba el kiosko construido en 1879, y en el otro, frente a la Catedral en construcción, el

“Conservatorio Flores” con sus paredes de vidrio y techumbre de calamina. “Del centro del parque se destaca imponente la soberbia fuente de mármol blanco rojizo y berenguela construida en 1852 y estrenada el 17 de julio de 1855; consta de tres grandes tazas, encima de las que reposa el Dios Neptuno, armado del tridente; adornan los contornos de la fuente algunas gárgolas primorosamente labradas. El costo de esta obra, que fue ejecutada por el indígena Feliciano Cantuta, fue de 75.528 pesos reales”, nos relata el escritor y periodista Luis. S. Crespo.

La sociedad de EL DIARIO estuvo compuesta por don José Carrasco Torrico y Benedicto Goytia y Chacón, quienes afirmaban: “Cada periódico es una división, cada escritor, un soldado, y cada anunciador es una pieza de artillería en el ejército de la civilización”, invitando de esta forma a que el público lector, las casas comerciales (pocas en la época) insertaran avisos en el naciente órgano de prensa, enfatizando al respecto: “El individuo que no apoya con su suscripción a la prensa de su patria y se queja del atraso de su pueblo, su país y su raza, carece del tributo esencial de un ser racional”.

El periódico también tuvo a otros actores en sus primeros pasos y al margen de su director, José Carrasco. Benigno Lara ejercía las funciones de Sub Director; don Eduardo Diez de Medina era el redactor; César A. Silva, administrador; Walter Carvajal y Tomás Manuel Elío, cronistas; Luis Espinoza y Saravia, redactor de telegramas y corrector de pruebas, además del personal del taller que hacía posible que EL DIARIO

estuviese en las calles y en las casas de los habitantes paceños y del interior de la República.

El taller estaba conformado por cuatro cajistas, dos armadores, un propulsor de la prensa, un prensista, un ayudante y cuatro compaginadores. La primera prensa de EL DIARIO fue una plana de marca Marinoni, impulsada manualmente por medio de una rueda con manubrio por un obrero familiarmente llamado Pastor, al que de vez en cuando ayudaba la sobrina del director, doña Honorina Camacho.

La imprenta que se poseía entonces consistía en cajas de tipo suelto, además de la mencionada prensa, que tenía que imprimir forzosamente de un lado y otro cada vez, llegando su velocidad a un máximo de 80 revoluciones por hora, que dividido entre dos, hacía un total de 40 ejemplares por hora de solamente 8 páginas.

La administración contaba con sus ejecutivos y un cajero. Para la venta había un contratista que distribuía los ejemplares a los vendedores callejeros y sus suscriptores, que en principio no eran muchos, pero que gracias a la tenacidad y peculio de don José Carrasco, que semanalmente firmaba un cheque para cancelar sueldos y otros, logró ganar la confianza del público, hasta convertirse en uno de los órganos más respetados de Bolivia y posteriormente del continente.

En esa época solamente ganaba sueldo el personal de talleres y el administrativo, no así el de redacción, que trabajaba por vocación y entusiasmo, pero que más tarde daría lustre a las letras bolivianas.

## EL PRIMER NÚMERO

### Publicidad

La publicidad que distinguiría al Decano de la Prensa Nacional, en el transcurso de su vida, fue la base de su independencia, por cuanto con ella financió sus costos sin acudir a la subvención, logrando plena libertad para emitir su opinión, sin las limitaciones que impone el depender económicamente de corrientes políticas, confesionales o de cualquier índole, que distorsionan lo que debe ser realmente el periodismo.



Año 1 y número 1, se leía en la primera página, además de su lógica identificación, la fecha y la periodicidad de su circulación, que era diario de la tarde, la dirección, que era la calle Illimani No. 5, las tarifas de suscripción, su dirección telegráfica, casilla de correo, teléfono y el horario de atención.

Los avisos de la primera página correspondían a la tienda La Mascota, ubicada en la calle Mercado No. 81, en la que se ofrecía un sinnúmero de artículos que vendía a bajos costos; el otro a la Botica Paceña de Vale & Ruis, en la calle Ayacucho sin número, la que aseguraba que recibía “constantemente de las principales casas de Europa y Estados Unidos medicamentos frescos, drogas y específicos de las más acreditadas fábricas”.

En la parte inferior se expresaba: “El individuo que no apoya con su suscripción a la prensa de su patria y se queja del atraso de su pueblo, su país y su raza, carece del atributo esencial de un ser racional”.

En la segunda página se anunciaba que circularía todos los días de la semana, asegurando que contaba con “activos corresponsales y reporteros”, además que su distribución era a nivel nacional y en el exterior.



Al margen de señalar que los anuncios tendrían una rebaja del 50 por ciento con relación a otros medios locales, indicaba que también era una imprenta, con un gran surtido de máquinas y tipos nuevos “capaces para la edición de las obras más elegantes” con rapidez y esmero, tarjetas de visita, tarjetas para funerales, memorándums, facturas, recibos, etc., etc.” y que pronto recibiría “un surtido de materiales para estereotipia y fotograbado con máquinas del mejor sistema”.

Cumpliendo las normas para autofinanciarse, en este primer número encontramos más de tres páginas de avisos, frente a las ocho de la edición, contándose entre los anunciantes la farmacia de Gustavo González.

En otras páginas se anunciaba a El Arca de Noé, de Néstor Aramayo en la calle Yanacocha, números 84, 86 y 88, con un surtido general de mercadería para caballeros, señoras, señoritas y niños.

Igualmente se solicitaba cajistas en la Imprenta Artística, de Ayacucho 16. Una página ocupaba la cervecería nacional, que introducía últimamente, tanto en la instalación de los aparatos respectivos como en la misma fabricación, sus conocidas marcas Pilsener y Franciscana, que siempre han gozado del favor de la clientela.

La página siete estaba llena de avisos pequeños, como de la “tienda el Grande Baratillo”, de la señora Victoria v. de Zuazo, en la calle Yanacocha; “Zapatería del Siglo XX”, de Macario Murillo; de “Papelería Palza Hs.”, ofreciendo la Gaceta Judicial de Antenor Silva; del “Banco Agrícola”, en la esquina Socabaya y Recreo; del comerciante, comisionista y consignatario Manuel José Rivero del local Gastronómico “Al Salvator”, atendido por el afamado culinario Carlos Navarro bajo la dirección del administrador José D. Birguet; de “A la Ville de París”, en la calle Comercio, de Rafael Well; de “El ahorro del hogar”, en la calle Ingavi de Bollo Hnos. y Cía., y de otros pequeños profesionales de diferente actividad.

Finalmente en la octava, media página ocupaba el “Grand Hotel E France Et D’Angleterre”, ex Americano, de Alejandro Pabol; otro de “Ferretería San Pedro”,

en la calle Mercado; “Aramayo Cía.” de la calle Mercado, especializada en importación y exportación, comisiones y consignaciones de F. Cusicanqui y Cía. de la calle Socabaya, con la venta de diferentes artículos; y otros avisos pequeños de “Librería y Papelería Palza Hnos.”, de Eduardo Antequera y uno de José Gómez García, que ofrecía cursos sobre taquigrafía.

## INFORMACIÓN

Sin duda alguna, la información es una de las partes prioritarias en la estructura de cualquier medio de comunicación, la que con la opinión y la publicidad hacen un conjunto imprescindible para el público, que recurre a este servicio para satisfacer sus necesidades de conocimiento, además de poder orientarse en determinados temas que son de su interés.

En anteriores líneas hicimos una descripción de la publicidad que tuvo EL DIARIO en su primer número, y ahora tocamos el campo informativo, que abarcó en sus pocas páginas, el que cumple con las reglas de objetividad, que han sido característica del Decano de la Prensa Boliviana hasta estos días del nuevo siglo.

En la primera edición tenía cobertura el debate sobre las 200 mil libras esterlinas que el gobierno proyectaba indemnizar a bancos por la deuda estatal y a los defensores de la Guerra del Acre, de un monto de 2 millones proveniente del pago que hizo Brasil por el rico territorio que obtuvo después de este conflicto.

La representación nacional estaba interesada, en cambio, en dedicar todo este fondo a los ferrocarriles, y como con este motivo había de quedar libre el impuesto de alcoholes, se creía que los créditos de los bancos podían ser amortizados paulatinamente, sin producir un desequilibrio en los negocios mercantiles por las variaciones del cambio.

El pacto de tregua suscrito con Chile, después de la Guerra del Pacífico de 1879, también era motivo de análisis con una nota titulada “Chilcaya”, en la que se aseguraba que “entre los muchísimos inconvenientes que ha dejado el pacto de tregua, tenemos la cuestión de Chilcaya, que es interesante por la existencia de vastas y ricas borateras”.

Otra sección en las columnas del nuevo periódico era la parte cultural. En la primera entrega se publicaba “Pupilas y Cabelleras” de Abel Alarcón, con un comentario a cargo de Fabián Vaca Chávez, quien señalaba: “No es Abel Alarcón un poeta de los que rinden gran homenaje a las reglas métricas, le basta concebir una idea y gustar de ella para darle forma, no importa que sea libre o caprichosa, pero sin dañar el fondo y sin que le importen los modelos clásicos, que al fin la concepción es suya y ninguna parte ha tenido en ella maestros o preceptores”.

“Muy mestizo” era el título de un cuento costumbrista de Abel Alarcón, compuesto en marzo de 1904. En su último párrafo concluía:

“Es por eso que ya no volver a ver en el mercado pasearse retrechera, luciendo su traje de fiesta, ni oír su voz agradable anunciándome demás dos, residios, hegos - brevas”.

“La dicha de una flor”, composición literaria de Benigno Lara que también era publicada en esta primera entrega, decía: “La margarita dobló su linda cabeza al peso de su alegría que agitó sus pétalos, pero no se envaneció por la predilección de la mariposa de alas de oro”.

Igualmente se informaba sobre la puesta en escena del drama “La loca de la casa”, original del célebre novelista español Benito Pérez Galdós.

En notas diplomáticas se hacía conocer la actividad social de los representantes de los países amigos en el nuestro.

Posteriormente, este periódico contemplaba noticias del interior, como de Santa Cruz, incidiendo en la producción agrícola.

La vida social no estaba fuera de sus páginas, además de temas municipales, notas administrativas y el denominado boletín telegráfico, con noticias procedentes del exterior, como de Francia, Italia, Bélgica, Turquía, India, Chile, Brasil, Argentina y Rusia, entre otros.

En esos años, las diligencias eran el transporte público, por lo que también eran parte de la noticia diaria, tal

como transcribimos un párrafo de la siguiente nota: “Hay noticia de que el coche de pasajeros que viene de Oruro como otra de tantas veces ha sufrido una descompostura antes de llegar a Ayo Ayo”.

Se tenía la sección ‘Telegramas de última hora’ con noticias provenientes de todas partes del mundo.

Finalmente, en la información local era noticia el abandono de los alumnos del internado, señalando: “Dos jovencitos internos en el colegio San Calixto han abandonado el claustro, de hecho son Camilo Rojas de Santa Cruz y N. Ameller de Potosí, que aseguran haberse dado de alta en el “Abaroa” como Cadetes del claustro... Al Cuartel”.

De esta manera, EL DIARIO ingresaba a la palestra periodística, aunque con pocas páginas, pero ya con una estructura bien delimitada, la que con el tiempo se iría perfeccionando y ampliando, pero que en su esencia mantuvo una línea que no se la abandonó pese a los cambios tecnológicos por los que atravesó la humanidad en las artes gráficas en el siglo XX, la centuria de los descubrimientos.

## “EL DIARIO”

### El primer editorial

Al llegar a su centenario, sus principios han sido seguidos y cumplidos minuciosamente por los directores y las cuatro generaciones de la familia Carrasco de este medio de comunicación escrito.

En esta oportunidad publicamos textualmente el primer editorial, que es considerada la columna vertebral del Decano de la Prensa Nacional, bajo la inspiración de su fundador, el Dr. José Carrasco Torrico, por cuanto consideramos que nuestros lectores deben contar con este documento, que en forma textual señalaba:

“EL DIARIO”

Cumple un deber social al presentarse ante la opinión pública, con el propósito de difundir la idea y de buscar la verdad. Ejercita un derecho al inaugurar su vida, amparado por la ley y la honradez de sus propósitos.

La prensa hace luz en las tinieblas y cuanto existe de progreso en el mundo se debe a su inagotable labor.

Nuestro fin es amplio. Nuestra aspiración es ennoblecer el diarismo, discutir los problemas del país, favorecer su comercio, impulsar las industrias, predicar la paz entre los pueblos y la fraternidad entre los hombres.

El porvenir es de civilización; no es de odio, sino de unión; es preciso sustituir al ruido destructor de los cañones con la marcha progresista de las locomotoras.

El diarismo no es el pugilato. Gutenberg no hizo una máquina para injuriar y fomentar la guerra; su ideal fue muy elevado: se dirigía a salvar las distancias y poner en comunicación a toda la humanidad para que viva en un perpetuo estado de paz.

No venimos a destruir a nadie, sino a vivir con nuestros colegas, colaborando en lo bueno y verdadero y rectificando los desvíos.

No venimos a buscar preponderancias de ningún género, sino a luchar por la verdad y la justicia.

Independientes, absolutamente independientes, no tenemos fines políticos sino sociales. No aspiramos a otra cosa que a sostener con imparcialidad los verdaderos intereses nacionales.

Discutiremos con quien use ilustrada y decentemente la fuerza de la razón; y prescindiremos de los que se lancen a la injuria y traten asuntos que no conocen.

EL DIARIO entrega sus ideas al país y no es prisionero de ninguna secta.

Combatirá por los fueros de la verdad donde quiera se la encuentre.

Nace libre. Es bandera; no es pedestal, ni escala.

Todas las buenas ideas pueden contar con él; enemigo del personalismo, se batirá contra las preocupaciones, tomando el camino recto sin contemporizar con los grandes, ni apoyar injustas exigencias.

Amparará la tranquilidad de las familias, tan fácilmente perturbada, y defenderá el honor de cuantos justamente merezcan.

La agricultura, la minería, el comercio, las industrias, encontrarán fácil acceso en sus columnas, en interés general del gremio, sin inclinar la balanza a los monopolios.

La juventud tendrá un órgano donde ejercitar sus energías con su característica nobleza.

Los profesionales podrán discutir sus problemas. La clase militar tendrá campo vasto para manifestar los progresos que ha verificado.

Las autoridades tendrán las advertencias justas a los errores que son inherentes a la humana naturaleza, y también el amparo contra la calumnia y la injuria.

Los jueces serán estimulados y defendidos contra el interesado ataque de los litigantes y reflexionados en sus posibles descuidos.

La instrucción, tan deficiente en nuestro país, será objeto de estudios serios; y la sección de finanzas se tratará con la preferencia que merece en este periódico económico que se abre para Bolivia.

En fin, los diversos ramos de la actividad, abarcados por el vertiginoso movimiento del diarismo, serán atendidos por muchos y expertos escritores, que discutirán con altura, imparcialidad e intachable buena fe.

En una labor tan vasta, EL DIARIO tendrá momentos amargos, librará batallas continuas, pero no descenderá a recoger el insulto, que tampoco lo abatirá en ningún caso.

EL DIARIO, como propagandista, no busca el reposo; viene a luchar, pero noblemente, por hacer el bien posible.

La lucha del pugilato o los dimes y diretes entre colegas, no corresponden a los altos fines del diarismo, es ese el desvío de la prensa, es su degeneración, la pérdida de su autoridad, su muerte.

Cuando en el curso de la vida periodística se encuentra con las flaquezas del prójimo, es preciso deprimirlas, pero no seguir la corriente. El león no devora al insecto, le aplasta.

No se puede prescindir de la política, y EL DIARIO ama la libertad, pero no la libertad de la injuria ni del crimen, sino aquella que establece el respeto del derecho de todos en el desenvolvimiento de la sociedad.

EL DIARIO ama la patria por encima de los partidos y por ella, por sus intereses bien entendidos, sacrificará vida, reposo y cualquier otra situación.



EL DIARIO pide a sus conciudadanos benévola acogida, amparo mutuo en la obra del bien, cohesión para buscar la justicia y el cumplimiento del deber.

Con estos ideales, y confiando en la bondad de sus propósitos, piensa vivir eternamente y, desde luego, asegura a sus abonados la mayor puntualidad en su servicio.

## EL PENSAMIENTO DE EL DIARIO

Pero no sólo fue esa columna la que expresaba el pensamiento del actual Decano de la Prensa Nacional, sino que, además, se tenía otras dos, que se complementaban con la primera. Una tenía el título en latín “Sine Amore Nec Odio”, que traducido al castellano significa “Sin Amor Ni Odio”, mientras que la otra delineaba las aspiraciones del flamante periódico, con el encabezamiento de “La misión de EL DIARIO”.

En “Sine Amore Nec Odio” se pronuncia por practicar la objetividad en la información, señalando que “La misión de la prensa, del claro espejo que debería reflejar con exactitud fotográfica, no sólo las grandes corrientes que agitan y conmueven a la opinión pública, sino hasta los más íntimos estremecimientos de la vida de un pueblo civilizado”.

Asevera: “En política, más que en ninguna otra manifestación social, es la prensa factor poderoso y principal, es eco fiel que reproduce el pensamiento que mueve los actos de un pueblo, las intenciones de los partidos, las virtudes y vicios de los hombres”.

En lo político reitera su carácter independiente, expresando: “Consideraremos los actos políticos que puedan influir directa o indirectamente en la marcha de nuestras instituciones públicas, pero habremos de hacerlo siempre, con independencia absoluta y procediendo conforme a los dictados de un criterio, si no ilustrado y exento de error, al menos sano y honrado”.

En “La misión de EL DIARIO”, levanta la bandera con el lema de la paz, el trabajo y la armonía nacional. Por eso dice: “Hemos de luchar a fin de que desaparezca

de nuestro país el regionalismo que se presenta como síntoma precursor de un verdadero estado patológico que amenaza destruir el organismo de la colectividad boliviana”.

Además, al referirse a las elecciones que se aproximaban ese año, deseaba que los partidos “ingresen a la próxima contienda electoral sin más armas que el patriotismo y el buen sentido”, a tiempo de manifestar que para este cometido trabajaría “porque el pueblo adquiriera la plena conciencia de sus derechos y de sus deberes políticos”.

Descartando este aspecto político, no olvida que “la misión civilizadora de la prensa debe dirigirse a ilustrar la opinión pública respecto a problemas filosóficos, sociales, jurídicos y económicos que actualmente se debaten en las capitales europeas”, indicando que no le impulsaba más que el deseo de “cumplir con un deber sagrado, luchando porque la Patria boliviana ocupe el puesto que le corresponde en el concierto de las naciones civilizadas”.

Finalmente, en lo económico asegura: “Esta empresa no es de lucro, ni tiene por objeto halagar la opinión buena o mala de los que con el pago de sus suscripciones contribuyan al sostenimiento del periódico; pues, en tal caso, frustrados quedarían nuestros anhelos, y lejos de derramar la luz de la instrucción y la simiente de la moralidad en la inteligencia y el corazón del pueblo, esparciríamos las densas nieblas a toda sociedad a una segura decadencia”.

Como corolario a esta nota, podemos resumir el pensamiento de EL DIARIO, contenido en los artículos referidos, en los siguientes conceptos.

1. Nace con el propósito de difundir la idea de buscar la verdad, luchando por ella y por la justicia.
2. Asegura que predicará la paz entre los pueblos y la fraternidad entre los hombres.
3. Se pronuncia por el uso de la ilustración y la razón, prescindiendo de la injuria.
4. Afirma que nace independiente y libre, sin ser prisionero de ninguna secta, convirtiéndose en una bandera, pero no en pedestal ni escala.

5. Ofrece apoyo a la industria, el comercio y los gremios, pero sin inclinar la balanza a los monopolios.
6. Declara amor por la libertad, pero no la libertad de la injuria ni del crimen.
7. El amor a la Patria por encima de los partidos, es otro de sus pilares.
8. Rechaza las alabanzas interesadas y los ataques por la ira de la pasión.
9. La ilustración y el conocimiento para el pueblo son sus afanes, combatiendo la ignorancia que es siempre esclavitud o anarquía, mientras que la ilustración es luz, y la luz es libertad, orden y progreso.
10. Al pronunciarse por la paz, el trabajo y la armonía nacional, rechaza el regionalismo.

## EL FUNDADOR



En la historia política de Bolivia a fines del anterior siglo y a principios del presente, don José Carrasco participó activamente en el acontecer nacional, “unas veces en la iniciativa y la acción, otras ejerciendo el saludable contrapeso de la crítica y siempre con abnegación de apóstol y con austeridad de maestro”, señala el segundo director de EL DIARIO, don Casto Rojas.

Este gran periodista relata que don José Carrasco, “muy joven aún, apenas egresado de la Facultad de Derecho, se inicia en el Parlamento como diputado por un distrito de Cochabamba. Y allí, al lado de Antonio

Quijarro que, no obstante la diferencia de edad y sus altos prestigios de estadista, le dispensa una amistad deferente y afectuosa; ensaya sus primeras armas el espíritu inquieto y combativo de Carrasco presentando más de una demanda de interpelación al gabinete y toma parte principal y brillante en varias discusiones sobre Derecho Constitucional.

Lo vemos poco después en una cátedra de derecho, dedicado a la educación de la juventud cochabambina, con Ismael Vásquez, Daniel Salamanca, J. Armando Méndez y Luis Salinas Vega.

Al mismo tiempo, comparte su incansable actividad intelectual entre el foro y la prensa, desde las columnas de “El Comercio”, su primer diario cochabambino; lleva al más alto grado de tensión la propaganda de los principios liberales, emprende esforzadas campañas contra la política internacional de Baptista, dispuesta a entregar a Chile el Litoral boliviano a cambio de una caleta ilusoria y miserable, y encamina resueltamente la opinión pública hacia la Argentina, en un momento en que la paz del continente está a merced de un pequeño soplo de viento en la cumbre de los Andes.

Las campañas de “El Comercio” hallan eco en “La Prensa” de Buenos Aires, y Estanislao S. Zeballos y Dardo Rocha tienen para Carrasco las más altas y justicieras consideraciones.

En la política interna, su pluma fácil e inagotable, ya desde el editorial o gacetilla, en columnas severas o en notas ligeras y chispeantes, juntamente con Venancio Jiménez, Benjamín Blanco, padre e hijo, Salinas Vega y Armando Méndez; más tarde con José Galdo, Guillermo Sanjinés, Carlos Torrico, Juan Manuel Sainz; con Carlos Neptalí Borda, José Revuelta, Ernesto Careaga Lanza, Pinto, Mansilla, Chávez, el inolvidable “Filippo” y Casto Rojas, abre brecha profunda en las filas gubernistas y realiza una campaña paralela con “El Imparcial” de Zoilo Flores en La Paz.

“Vergniaud” y “Brissot” son los seudónimos de combate contra la oligarquía conservadora y contra el cisma liberal de Cochabamba, y de estos nombres, tomados de la epopeya girondina, ha de sobrevivir gloriosamente el de Brissot que Carrasco no empleó

hace mucho para disimular su nombre de diplomático en uno de los más fundamentales libros que se han escrito sobre los derechos de Bolivia a la reivindicación del Litoral de Antofagasta.

Fue tan vibrante y valerosa la propaganda periodística, que las autoridades policíacas de Cochabamba no tuvieron otro medio para acallarla que mandar a destruir la imprenta con los soldados, encarcelar a sus redactores y desterrar a su director, pero el pueblo liberal respondió a este atentado salvaje con las barricadas de 1899 que fueron, en suma, la heroica traducción de los editoriales de Carrasco contra el régimen conservador.

Triunfante la revolución de 1899, volvió el doctor Carrasco de su confinamiento a una de las provincias de Chuquisaca. Desde entonces se inicia para él una nueva etapa de acción fecunda y se abren las responsabilidades del gobernante y estadista en reemplazo de las del luchador y del polemista.

Maestro en la polémica periodística, habilísimo en el debate parlamentario, conoce todos los recursos de la dialéctica; familiarizado con los más arduos problemas políticos, administrativos e instituciones de su país, por haberlos encarado desde la oposición y desde el gobierno, ningún negocio público le es extraño. Profundo conocedor de las ciencias políticas, constitucionalista ferviente, internacionalista de nota, legista, jurisconsulto consagrado en una larga e incesante práctica de derecho, no hay para él secretos de doctrina o de simple procedimiento. Únese a esto su afán de estudio, su tarea diaria de investigación de la verdad, su espíritu de observación afinado por el periodismo, su agilidad mental, su gran capacidad de asimilación intelectual, su pasión por la lucha, por el bien, por su partido, por su Patria.

### **Eso fue el doctor Carrasco**

Concluida la tarea visible en altas horas de la noche, comenzaba el íntimo coloquio con el libro de doctrinas que esperaba al infatigable estudioso en la mesa de luz de la alcoba.

Esta vida excepcional, de una sobriedad y sencillez naturales, toda hecha de deber, labor y estudio, no daba un resquicio para el descanso. Su mecanismo no tenía una palabra de sosiego ni un registro de lentitud, y no ofrecía otra compensación que el placer inexplicable de su marcha armoniosa y triunfal, compleja, maravillosa, digna del análisis para servir de modelo de civismo y de intelectualidad.

Sin duda alguna, nada más se puede agregar a las palabras escritas por don Casto Rojas en 1922, un año después de la muerte del fundador, para conocer a esa egregia figura nacional, y que son un homenaje a ese visionario del periodismo nacional.

### **Hombre de palabra suave**

El fundador, el Dr. José Carrasco Torrico, personalidad sobresaliente de la época, según Eduardo Diez de Medina, era un hombre “con palabra suave, pero convincente”, que exponía sus planes, disipaba temores, alentaba nobles ideales de renovación, soñando con un porvenir más halagüeño para la Patria.

Por su parte, don Casto Rojas, posteriormente Director de este matutino, manifestaba: “Era don José de elevada estatura, de tez morena, sano y bien equilibrada su contextura física, sereno, naturalmente afable y bondadoso, fácil a la sonrisa y al comentario travieso, a veces picante, pero siempre pulcro y benévolo con todos. Sus ojos pequeños, llenos de luz suave, de mirada activa, inquieta y penetrante, delataban una intensa vida espiritual”.

Don José Carrasco fue un hombre múltiple en su actividad diaria, convirtiéndose en un maestro en el periodismo, en las leyes, en la diplomacia y en el campo humano, que sorprendía con la intensa labor que desarrollaba en beneficio de la Patria.





***Elige ser saludable***

Empresa con mayor reputación corporativa 2014  
**SINÓNIMO DE CRECIMIENTO, CALIDAD Y EXCELENCIA**





Planta PIL Andina S.A. Warnes - Santa Cruz



Nueva planta de helados



Planta de helados (exteriores)



Frontis edificio principal Planta PIL Warnes - Santa Cruz



Moderna planta de helados





Planta PIL, Cochabamba

*¿Quién alguna vez no ha consumido leche, yogur, mantequilla o algún derivado lácteo que lleva el inconfundible sello de PIL? A diario esta compañía se preocupa de alimentar a la familia boliviana con productos sanos, de alta calidad, nutritivos, accesibles, de agradable sabor y de reconocido prestigio. Pero, todo lo que en la actualidad es y significa PIL Andina S.A. no fue fruto del azar ni se logró de un día para otro...*

### Algo de historia

La Planta Industrializadora de Leche (PIL) nació en Cochabamba e inició sus operaciones en mayo de 1960, con tecnología limitada, infraestructura reducida y escasa cartera de productos.

A principios de la década de los años 90, Perú se mostraba como un país deficitario en cuanto a producción de leche cruda. Era, además, un gran importador de leche en polvo y, a su vez, uno de los principales exportadores de leche evaporada en el mundo. Paralelamente, en aquel entonces Bolivia se mostraba al mundo como una nación deficitaria en consumo de leche industrializada pero con un gran potencial de crecimiento de la actividad lechera siendo, al mismo tiempo, un país importador de leche evaporada.

Frente a este panorama, como oportunidad y fortaleza, **en 1996**, el Grupo Gloria S.A, al margen de seguir incentivando la producción de leche cruda en el Perú, vio la posibilidad de potenciar la cadena productiva de la leche en Bolivia y sustituir parte de las importaciones peruanas de leche

en polvo (que se realizaban desde Nueva Zelanda), reemplazándolas parcialmente por leche en polvo de origen boliviano. De ahí que **el 11 de septiembre** de ese año, Gloria S.A. aceptó el desafío de privatizar las Plantas Industrializadoras de Leche en La Paz y en Cochabamba, siendo éste el punto de inflexión para iniciar un proceso de crecimiento y de fortalecimiento en esta industria.

**En septiembre de 1999**, GLORIA adquirió el 100% de las acciones de PIL S.A.M. de Santa Cruz y la transformó en IPILCRUZ. **En abril de 2004**, PIL Andina S.A fusionó ambas compañías, y en conjunto formó la gran familia PIL, hoy empresa líder en la industrialización de productos lácteos y alimentos.

### Aporte al país

PIL ofrece al consumidor boliviano más de 500 ítems de productos. En su desarrollo inicial era una industria netamente láctea, pero desde hace algunos años ha dado importantes pasos para transformarse en una industria de alimentos.

La premisa de esta empresa es mantener plenamente abastecido el mercado interno; sin embargo, para orgullo del país, se exporta excedentes de algunos productos, como leche en polvo (entera, descremada e instantánea) y mantequilla, entre otros, a mercados de la Comunidad Andina (Ecuador, Perú, Colombia), a Venezuela y, en algún momento, también se llegó con leche en polvo al continente africano.

“La calidad de nuestros productos hace que éstos sean aceptados y requeridos en el exterior del país. Por ahora, los niveles de exportación se mantienen en una situación esperable, existiendo además la posibilidad latente de poder crecer y de abrir nuevos mercados”, señala Pablo Vallejo Ruiz, gerente general de PIL Andina S.A.

La actividad industrial de esta compañía genera un importante conjunto de beneficios sociales y económicos. PIL tiene una de las cadenas productivas más grandes del país en la que se involucran 10.000 familias de productores de leche, cientos de transportistas, servicios veterinarios, productores de alimento para el ganado; 2.300 proveedores nacionales de insumos y más de 50 internacionales. PIL trabaja con 200 grandes distribuidores, alrededor de 60 mayoristas y más de 50.000 puntos de venta, llegando a contribuir con la generación de más de 80.000 empleos directos e indirectos a nivel nacional, motivo de verdadero orgullo y satisfacción.

A la generación de empleos, se suma un sólido aporte impositivo; desde hace varios años PIL figura en los rankings publicados por el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), ubicándose entre las 20 empresas que más tributan en el país.

### El crecimiento no se detiene

Hace pocos meses, PIL Andina S.A. inauguró nuevas líneas industriales y lanzó al mercado novedosos productos que ya gozan de la aceptación y de la confianza de los consumidores bolivianos.

El impulso de estos emprendimientos forma parte de un plan bienal de inversiones –por un valor global de 100 millones de dólares para el periodo 2013-2014– que involucra el desarrollo de seis proyectos grandes. A la fecha, se han concluido cuatro que implicaron una inversión aproximada de \$us 50 millones, quedando pendiente –hasta fin de año– la culminación en Santa Cruz de una de las plantas más grandes e importantes de la región para la producción de leche en polvo por un valor de \$us 40 millones de dólares y la entrega de una moderna infraestructura de Almacenes en Cochabamba por un valor de \$us 10 millones.

Entre los flamantes proyectos destaca la instalación de infraestructura y tecnología de punta para la elaboración de una amplia variedad de **helados**, de agradables **salsas** (mostaza, ketchup y mayonesa, reducidas en lípidos, con conservantes



Lic. Pablo Vallejo Ruiz  
Gerente General PIL



Moderna planta de helados



Nueva planta de salsas





Tecnología de punta para la elaboración de mostaza, ketchup y mayonesa



Embotelladora línea refrescos

naturales; así, por ejemplo, se utiliza extractos de manzanilla y romero como sustitutos de antioxidantes, siendo los primeros fabricantes en Sudamérica en emplear este tipo de insumos) y de **gaseosas saludables** (*Soda Frutss*, bebida de frutas gasificada, elaborada a base de jugo de frutas clarificado sin preservantes, sin colorantes, sin cafeína, sin edulcorantes artificiales, con añadido de fibra, fortificada con vitaminas C y E y con, aproximadamente, 30% menos de azúcar que una gaseosa convencional).

Otros productos que también están en el mercado son **nutritivos cereales** (Sugar Flakes y Chicocos, hojuelas de maíz con sabor a frutas y a chocolate). El producto está dirigido principalmente a la niñez. Los envases llevan personajes infantiles basados en la fauna boliviana, con animales típicos que resaltan algún atributo (inteligencia, velocidad, agilidad, energía, etc.) y **novedosas variedades de café Mónaco** (de origen colombiano, liofilizado, calidad Premium y, ahora, saborizado en cinco presentaciones: caramelo, irlandés, vainilla, chocolate y amaretto).

El gerente general de PIL Andina S.A. resalta que estos emprendimientos industriales forman parte del proceso de consolidación de esta compañía como una empresa de alimentos, en dinámico y sólido crecimiento industrial.

La nueva infraestructura tiene espacios adecuados para la implementación de diversos procesos industriales e incluye la construcción de cámaras de frío y áreas destinadas al almacenaje de productos. Asimismo, cuenta con maquinaria de alta tecnología, capaz de garantizar la elaboración y envasado de productos sanos y de alta calidad para satisfacer las necesidades de la familia boliviana.

La implementación de estos proyectos demandó más de un año de trabajo sistemático, armónico e integrado y de varios años de ardua labor del área de investigación y desarrollo en la perspectiva de cumplir la promesa de PIL de *constituirse siempre en la opción más sana, más nutritiva y de mejor sabor para el consumidor boliviano, sea cual fuere la categoría de alimentos en la que participe*, siendo tal compromiso parte importante de su política de responsabilidad social corporativa.

### Nueva línea de helados

El subgerente nacional de Marketing, José García Miranda, indica que PIL desarrolló esta nueva línea bajo el concepto de **“el alimento hecho helado”**, pues se trata de un producto sano y nutritivo elaborado con la mejor leche y con ingredientes naturales.

“Seleccionamos muchos de nuestros mejores productos (leche, yogures, jugos de fruta) y los convertimos en deliciosos helados (Chocopil, Pilfrut, Chiquichoc, Aruba, Yogurt PIL, Pura Vida Frutss, etc.). Tenemos helados producidos con ingredientes 100% naturales, que garantizan máxima calidad y diversión familiar. Otros elaborados con jugos de frutas frescas, que tienen grandes valores nutricionales y que aportan a la dieta cotidiana, vitaminas y minerales de una forma atractiva y deliciosa, y muchos más helados con contenido lácteo, ricos en calcio. En general, los nuevos helados PIL son un delicioso complemento para el bienestar de toda la familia”, dice García.

La amplia variedad de helados PIL incluye, por ahora, alrededor de 60 presentaciones entre paletas, conos, potes personales, sándwiches, casattas, potes Premium de 1 litro y otros. Este nuevo producto es delicioso y nutritivo, ideal para los niños, quienes crecerán sanos y fuertes, pero también para los mayores, que obtendrán una fuente de alimentación sana y exquisita.

En el último trimestre de este año, PIL apunta a una mayor difusión de sus campañas y a lograr mayor cobertura a nivel de distribución, incrementando, desde luego, la capacidad de producción para abastecer de manera adecuada la demanda del mercado. Asimismo, con el objetivo de llegar a mayor cantidad de consumidores en el país, se ha previsto aumentar la frecuencia y el ritmo de las campañas de *degustación* e *impulsación* en diferentes zonas comerciales a nivel nacional.

“La temporada de mejora de las temperaturas en el territorio boliviano implica también una mayor demanda y consumo de nuestros productos, y la estacionalidad de la época significa, en promedio, un incremento de entre 10% y 15%, dependiendo de cada categoría”, subraya el subgerente nacional de Marketing.

32

### Proyectos, desafíos...

Según el gerente general de esta industria, al margen de los proyectos que acaban de inaugurar, está en plena ejecución una nueva torre de secado de leche en polvo que tendrá una capacidad de proceso de 800 mil litros por día y que contará con una de las mejores tecnologías de Sudamérica, lo que permitirá desarrollar una serie de productos susceptibles de ser exportados. La obra debe estar concluida en pocos meses.

“Además del análisis de un portafolio de productos que, eventualmente, puede ser exportado, estamos evaluando una cartera de proyectos en nuevas categorías de alimentos en los que podríamos incursionar en los próximos años”, puntualiza Pablo Vallejo Ruiz.

Entre sus desafíos, PIL se ha propuesto no sólo incentivar e incrementar el consumo per cápita de leche en Bolivia, sino también contribuir en la búsqueda y en la consolidación de la seguridad y de la soberanía alimentaria. Para ello, se ha puesto en marcha una “alianza estratégica” con el Gobierno (a través del fondo PROLECHE) que contempla ofrecer al consumidor productos nutritivos, seguros y a precios accesibles, llegando no solo a las grandes ciudades sino también a las zonas rurales



Nueva y moderna planta de helados



Productos PIL se comercializan en todo el país



Proceso de envasado de leche en polvo





Camión de distribución



Parte de la flota de camiones repartidores de helados PIL

del país, especialmente a las menos desarrolladas, donde se observan los niveles de consumo per cápita más bajos y donde se evidencian las deficiencias nutricionales más acentuadas.

PIL, además, pretende continuar con la generación de fuentes de empleo; seguir creciendo en cuanto a infraestructura y variedad de productos elaborados, manteniendo su reconocida calidad como prenda de garantía para apoyar en la alimentación de la familia boliviana.

“Nuestros consumidores saben que PIL representa la opción más sana y segura disponible en el mercado boliviano, para lo cual trabajamos, y ese es nuestro compromiso”, recalca el gerente general de esta industria.

### Calidad y variedad de productos

Ejecutivos de PIL Andina S.A. puntualizan que la diferenciación de sus productos y la calidad es la principal estrategia competitiva con la que cuentan. Señalan que sus productos no tienen nada que envidiar a otros que compiten incluso en mercados internacionales. La tecnología que se incorpora en sus plantas de producción es de los más altos estándares de calidad a nivel mundial.

Asimismo, mencionan que parte de la estrategia es mantener sus productos en el mercado en una buena relación de precio y accesibilidad; en otras palabras, todas sus líneas deben estar en la mayor cantidad de puntos de venta posibles, al alcance de toda la familia boliviana.

Pablo Vallejo afirma que esta compañía tiene como eje central de su actividad el trabajo en equipo, el liderazgo empresarial y una apuesta firme por Bolivia, pues al margen de permanentes inversiones que generan desarrollo, PIL continúa y continuará trabajando en su propósito de incrementar el consumo per cápita de leche y de constituirse en uno de los pilares de la seguridad y de la soberanía alimentaria en el país.

“Pensamos que la excelencia se logra con trabajo constante, continuas inversiones, desarrollo, investigación e implementación de procesos productivos altamente controlados, manteniendo siempre altos estándares de calidad y de innovación permanente. Nuestras tres plantas industriales (Santa Cruz, La Paz y Cochabamba) tienen equipamiento, tecnología moderna y normas concretas que obligan el fiel cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura y de Higiene (BPM)”, sostiene el gerente general de esta empresa.

### Socialmente responsables...

Esta empresa ejecuta sus actividades industriales y comerciales pensando en el desarrollo integral y sostenible de las regiones, de las comunidades aledañas y, principalmente, de sus colaboradores, que son aliados estratégicos.

PIL entiende a la Responsabilidad Social (RSE) como una política de empresa muy distinta al asistencialismo, que busca más bien promover el desarrollo en todas las regiones y ámbitos donde participa. La responsabilidad

social empieza por ofrecer al consumidor productos nutritivos, sanos, seguros pero a precios accesibles, llegar a zonas rurales, especialmente a las menos desarrolladas; la responsabilidad social pasa también por generar y ofrecer empleos dignos y sostenibles en el tiempo, por apoyar y fortalecer a sus proveedores, pero en especial a 10.000 familias de ganaderos distribuidos en todo el país, de los cuales el 90% corresponde a pequeñas familias campesinas, generando así negocios inclusivos y aplicando un comercio justo, entre otras muchas actividades. Esta empresa trabaja intensamente con los productores de leche viabilizando líneas de crédito, adquiriendo insumos agropecuarios, prestándoles apoyo técnico, promoviendo de esta manera –y en la medida de sus posibilidades– el desarrollo de las comunidades en las zonas en las que opera.

En este camino, PIL quiere constituirse en uno de los pilares para la búsqueda de la soberanía y de la seguridad alimentaria de Bolivia, porque está convencida de que un pueblo bien alimentado es un pueblo sano, que puede estudiar y desarrollarse integralmente. En suma, PIL quiere ser el dinamizador del círculo virtuoso de la buena alimentación, como un importante instrumento para derrotar a la pobreza.

Asimismo, PIL brinda apoyo a vecinos que habitan en comunidades aledañas a sus Plantas de producción para realizar trabajos comunitarios y de mejoramiento zonal. Ofrece ayuda a la comunidad cuando se trata de actividades solidarias que van en beneficio de la niñez, particularmente. Apoya a hogares de niños y de ancianos. Respaldar un sinnúmero de actividades sociales, deportivas y culturales, brindando apoyo logístico a municipios, instituciones públicas y organizaciones privadas. Abre sus puertas a decenas de unidades educativas (escuelas, colegios y universidades) que solicitan una visita guiada a sus instalaciones. Esta compañía participa activamente en programas sociales (muchos de ellos en forma coordinada con el Estado) que son un mecanismo adecuado para fomentar, de manera sostenida, el consumo de leche en la población boliviana.

### Recursos Humanos

PIL cuenta en la actualidad con alrededor de 2.400 colaboradores directos que acompañan el crecimiento de las operaciones y de los objetivos emprendidos por la alta dirección.



Tecnología de punta en planta de envasado de yogur en botellas



Área de acopio de materia prima



Almacén de productos PIL





Planta PIL El Alto, La Paz



Los productos PIL son adecuadamente transportados

PIL considera a sus colaboradores como el activo principal para la empresa y, por lo tanto, le asegura adecuadas condiciones para un trabajo digno. De ahí que se fomenta un empleo de calidad, estable, sostenible y a largo plazo. La industria ofrece estabilidad y se preocupa por el desarrollo y el crecimiento laboral y/o profesional de sus colaboradores; por ello, motiva permanentes promociones internas fomentando el espíritu de superación personal y de mejora continua. Prueba de ello es que cuando se realizan las mediciones de clima laboral, en general los resultados son muy expectables.

Dentro de los programas corporativos impulsados por el Grupo, existen varios mecanismos de búsqueda, desarrollo y retención del talento que están siendo implementados en PIL, porque existe el convencimiento de que el éxito de una compañía sólo se logra con colaboradores muy bien formados pero, por sobre todo, bien comprometidos con su empresa y con su país.

“Aquí valoramos el talento humano, de ahí que en PIL rige una política de permanente actualización y capacitación para los trabajadores en distintas áreas”, afirma Mauricio Morales, subgerente de Recursos Humanos.

Como un claro ejemplo de la apuesta de PIL por Bolivia, en los últimos 15 meses la cantidad de colaboradores ha crecido en más del 20% como consecuencia de las inversiones y proyectos que se están implementando en sus tres plantas industriales (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz).

### Solidez y seriedad empresarial

PIL Andina S.A. tiene un largo recorrido y experiencia en la industrialización de alimentos y ha logrado un nivel de calidad que es ampliamente reconocido por los consumidores bolivianos, lo cual ha permitido que la empresa muestre una constante tasa de crecimiento a lo largo de los años.

PIL se sitúa como líder en el mercado lácteo y de alimentos, merced a sus constantes inversiones, a la permanente capacitación de su personal, a la reconocida calidad de sus productos, a la constante innovación tecnológica y al mejoramiento continuo de sus procesos industriales.

“Si hacemos el ejercicio de calcular una participación de mercado ponderada en las categorías en las que intervenimos, podremos observar que tenemos una participación de entre un 60% y un 70% del mercado boliviano aclarando, sin embargo, que en las categorías de productos lácteos nuestras participaciones de mercado son mucho más importantes que en las nuevas categorías, donde recién estamos ingresando al mercado”, menciona el gerente general de esta empresa.

Con trabajo serio, responsable y transparente, PIL se ha ganado un lugar de privilegio y de respeto en el campo empresarial e industrial boliviano.

Publicaciones especializadas (**Nueva Economía**, en La Paz, y **Libre Empresa**, en Cochabamba) ubican a PIL entre las diez empresas más grandes e importantes del país.



Según lo certifica *Nueva Economía*, gracias a un notable desempeño empresarial, PIL alcanzó un sitio de privilegio entre las más importantes de Bolivia.

En cifras, los hechos muestran un crecimiento armónico, inversiones fuertes, innovación constante y, cada día, mayores y mejores productos para alimentar a la familia boliviana. “Un meritorio lugar ocupa PIL Andina por su facturación, la creciente expansión de sus mercados, la diversificación de sus productos, sus exportaciones y por los resultados que arroja esta Planta equipada con tecnología de punta, lo que le da la posibilidad de ofrecer productos con mayor valor agregado”, señala *Nueva Economía*.

### Liderazgo y compromiso

Permanentemente, esta industria es reconocida por diversos estudios y sondeos de opinión como una de las empresas más grandes, más importantes, más sólidas y socialmente responsables de Bolivia. En reiteradas oportunidades (la última distinción fue conferida en septiembre de este año por EL DEBER y Captura Consulting, en Santa Cruz) ha sido catalogada como la **empresa con mejor y mayor reputación corporativa del país**. Esto implica ser valorados por la sociedad tomando en cuenta indicadores tales como *gestión eficiente, liderazgo, responsabilidad social, desempeño financiero, calidad de los productos, clima laboral y apego o simpatía emocional...* Asimismo, diversos estudios de entidades nacionales e internacionales han reconocido a PIL como **una de las marcas más fuertes en Bolivia** con resultados superiores a otras, también prestigiosas y arraigadas.

Según el gerente general de PIL Andina S.A., el estar ubicados entre las empresas más grandes y que más aportan al país es un aliciente que fortalece y compromete aún más la entrega de esta compañía por la salud y por la nutrición de la familia boliviana y, además, es un impulso para seguir generando desarrollo con transparencia y calidad.

“Consideramos que la clave para mantenernos en sitios de liderazgo es trabajar, diariamente, con responsabilidad, seriedad y honestidad, pensando en el bienestar, en el desarrollo y en el crecimiento de la familia boliviana. Estamos convencidos de que PIL es lo que es gracias a la preferencia de sus clientes y consumidores que se identifican con una industria eficiente, sólida y transparente”, sostiene Pablo Vallejo.



Planta PIL Warnes - Santa Cruz



Camión cisterna para acopio de leche



Tanques de recepción de leche cruda



*Confiteria*  
*Nueva*  
**GAITA** S.R.L.  
*Restaurante*  
*¡ Una tradición paceña!*

The logo features a stylized black silhouette of a woman in a traditional Bolivian costume, including a large feathered headdress and high heels. She is holding a tray with a drink and a small object. The text is arranged to the right of the figure, with 'GAITA' in large, bold, red letters.







Don Florencio Soria  
Fundador de la Confeitería La Gaita



Confeitería La Gaita en sus inicios

## Historia de la Confeitería La Gaita

Empezaba la década de los 60, Bolivia vivía los cambios suscitados por la Revolución de 1952, y en la ciudad de La Paz algunos empresarios japoneses ya habían puesto de moda las **confeiterías**, donde era posible saborear el café con leche, acompañado de deliciosas empanadas y tomar el *té al estilo inglés*, al influjo de las costumbres heredadas de los ejecutivos ingleses que administraban la Bolivian Railway Co. (Empresa de Ferrocarriles) y la empresa de electricidad Bolivian Power Co.

En la ciudad de La Paz, el gusto por lo dulce se iba refinando, a la par que se iban abriendo nuevos establecimientos que ofrecían una esmerada variedad de productos de la repostería tradicional.

El Ing. David Soria, actual Gerente General de La Gaita, recuerda que confeiterías como: *Sakura, Towa, El Tulipán, Tokio, La Ópera* y otras ofrecían al paladar de los paceños repostería de alta calidad y que a través de los años, y en forma paulatina, fue siendo reemplazada por la comida rápida, que hoy ha inundado gran parte de la gastronomía de la ciudad, reemplazando la tradicional.

Por esos años, quien iría a convertirse en el fundador de La Gaita, don Florencio Soria, retornó a La Paz

procedente de Brasil, donde había prestado sus servicios en el sector textil durante dos años. Por su mente todavía no había pasado la idea de crear una de las confeiterías de mayor renombre y que habría de transformarse, años más tarde, en una de las tradicionales de La Paz.

Don Florencio, con su experiencia ganada en el sector textil industrial brasileño, se había dedicado en La Paz a buscar, en forma infructuosa, trabajo en las empresas conocidas de la época, entre ellas Said, Forno, Lanificio Boliviano Domingo Soligno, Universaltext y otras. Pero, la competencia desleal del contrabando y la crisis de la minería—cuya actividad había impulsado a este rubro—habían comenzado a hacer mella en esta actividad, en la que en forma paulatina se empezaba a reducir el número de trabajadores y, más aún, ya no habría más espacio para nuevo personal.

Frente a la falta de un puesto de trabajo, don Florencio solicitó el apoyo de su primo Ignacio Espejo, quien en ese entonces se había adjudicado una de las renombradas confeiterías japonesas de la época, la Confeitería Towa, cuyo anterior propietario, de origen nipón, había decidido cambiar de rubro y probar fortuna con artículos de ferretería.

Don Ignacio y su socio Tomás Alvarado eran dos prestigiosos garzones de la *Confeitería Towa*, quienes



se habían arriesgado a comprar el próspero negocio de su propietario nipón de apellido *Kionari*, cambiando el nombre para *Confitería Royal*.

Con su experiencia en relaciones humanas obtenida en el vecino país, así como su fino vestir, don Florencio se convirtió en poco tiempo en uno de los garzones más cotizados de la ahora *Confitería Royal*. Los clientes preferían ocupar las mesas que eran atendidas por éste –lo cual despertó el celo de sus colegas–, quienes extrañaban la atención al cliente prestada por don Florencio.

Debido al éxito que tenía la confitería, el Sr. Ignacio Espejo decide crear una sucursal de la afamada confitería, y confió la administración del negocio a su primo Florencio Soria.

Es así que en 1961 se crea una sucursal o filial de la Confitería “Royal”, ubicada en la calle Potosí, casi esquina Loayza. Como ésta no llenó las expectativas de sus propietarios, deciden vendérsela a don Florencio, quien sin capital de trabajo asume el riesgo, pagando la deuda en cuotas fijadas por sus propietarios, después de transcurrido un año.

Asimismo, y como la Confitería no podía tener el mismo nombre que la primera, don Florencio se vio obligado, por las normas de la época, a buscar otra razón social para el nuevo emprendimiento.

Uno de los hijos de éste, David (hoy gerente propietario y de profesión Ingeniero Civil), cuenta que entonces era un niño en edad escolar, y tuvo la idea de bautizar el nuevo negocio con el nombre de **La Gaita**. Este denominativo, que sonaba extraño a muchos, surgió de la imagen estampada en una caja de whisky escocés, en la que un extraño personaje, con falda a cuadros, tocaba un *raro instrumento*.

La caja servía de improvisado asiento a don José, un conocido comerciante de instrumentos musicales que tenía su tienda en la calle Potosí esquina Loayza y que solía tomar el sol matinal en la fría ciudad, a quien David Soria



Ingreso a la antigua confitería La Gaita



El fundador de la confitería conversa con amigos durante la inauguración de La Gaita



El fundador de La Gaita con familiares y amigos



Una escena de los asistentes a la inauguración del negocio en el pasado



Don Florencio Soria conversando con invitados en la inauguración

preguntó por el nombre del instrumento musical y que diera origen a la marca registrada de la tradicional confitería.

Don Florencio compartió la idea de su hijo y fue aceptada de inmediato.

Desde entonces, Confitería **La Gaita**, ubicada en pleno centro del casco viejo de la ciudad, en la calle Potosí casi en la esquina calle Loayza, empezó su largo recorrido ofreciendo lo mejor de su repostería a los clientes hasta el día de hoy. Se podría decir que muchos paceños y no paceños han puesto sus pies en este establecimiento, en especial para saborear sus deliciosas y conocidas salteñas.

También es posible apreciar su variada repostería a través de la *Boutique del Pan*, a la que han dado su conocida personalidad varios reposteros, quienes han recibido de sus antecesores recetas que proceden de décadas pasadas y que se van transmitiendo de mano en mano y de generación en generación.

En busca de la verticalización de la empresa, se decidieron ampliar sus servicios en el rubro de la comida de restaurant y la comida rápida, y resultado de esa iniciativa es el conocido restaurant Hamburgón, ubicado en la calle Potosí.

### Breve historia de la *Salteña*

La *salteña* es una empanada jugosa y con *jigote* de carne, pollo, huevo duro y condimentos como comino, pimienta, ají y otros ingredientes, cocida al horno, típica en la gastronomía popular boliviana.

Las versiones sobre el origen de la salteña son diversas y no coinciden tanto con, *Salta, Argentina*, donde las empanadas de carne son muy populares; sin embargo, ahí no se denominan salteñas, sino empanadas.

A principios del siglo XIX, procedente de Salta llega a Bolivia una familia constituida por una pareja y sus dos hijas, amenazada por la dictadura de Rosas como asilados políticos, y se instalan en la ciudad de Tarija. El historiador Antonio Paredes Candia señala que esta familia era de doña *Juana Manuela Gorriti*, una de las dos hijas, quien llegaría a ser la esposa del presidente Manuel Isidoro Belzu.

Por la extrema pobreza en la que vivían en Tarija, esta familia decide migrar a la ciudad de Sucre, donde para subsistir deciden elaborar empanadas tradicionales de Salta. Las dos hijas de la familia recorrían las calles de Sucre para venderlas. Los transeúntes, absortos por la belleza de ambas hermanas, compraban entusiastas esas empanadas tradicionales.

Se dice que estas empanadas no eran muy agradables para el gusto sucrense y los “locos” (denominativo con el que se conoce a los nacidos en Sucre), para congraciarse con las dos hermosas jóvenes, y a manera de entablar conversación con ellas, empiezan a sugerir lo que supuestamente le faltaba a las empanadas.

Las sugerencias eran transmitidas a la madre, quien se encargaba de elaborarlas. Por ejemplo, para darle un mayor volumen y saciar el hambre de los sucrenses, le agregó papas picadas, en forma similar a la tucumana, que es una tradición de la ciudad de Tucumán, con la diferencia de que una es *horneada* y la otra es *fritada*.

Las sugerencias seguían llegando a la familia de Juana Manuela Gorriti y lo típico: “por qué no le ponen un ahogadito, unas arvejas, zanahorias picadas y, lo principal, ají colorado”. La señora fue accediendo a los pedidos hasta encontrar la satisfacción de los sucrenses, quienes quedaron encantados con las nuevas empanadas. ¡Suceso sin precedentes!

### El origen del nombre de la Salteña

En aquellos tiempos, y también en la actualidad, pocos se libraban de los “motes” o *sobrenombres* que los sucrenses solían poner. Las dos jovencitas no se libraron, quienes vendían sus empanadas en torno al mercado, donde parecía que todo el comercio se realizaba en ese lugar, así como los trámites judiciales que se resolvían en alguna esquina.

El producto pasó a llamarse, en principio, “*empanadas de Sucre*”. Cuando las dos jóvenes llegaban al mercado de Sucre con sus empanadas se solía escuchar: ¡*Ya vienen las salteñas!*, refiriéndose al origen de las hermosas vendedoras y no a las empanadas.

Años más tarde, fue en la ciudad de La Paz donde bautizaron como “*salteñas*” a la sabrosa *empanada de carne*, que se consume a media mañana, entre las 10 y 11 horas, y también fue en La Paz donde alguien desarrolló los hornos exclusivos para cocer *las salteñas*.



Panecillos elaborados por La Boutique del Pan



Local actual de La Gaita



Sabrosas empanadas de carne o *salteñas*





Salteñeros poniendo el tradicional *jigote* a la salteña



El *repulgado* de las salteñas de La Gaita

El Gerente de *La Gaita* recuerda que las famosas *salteñas* de la calle Mercado o de la propia confitería Royal eran cocinadas en *hornos a leña*, lo que le daba un sabor muy delicioso. Estos *hornos* usaban como energía la famosa leña por fardos, que eran transportados por el Ferrocarril Arica - La Paz.

### La *Salteña*, un producto estrella

Hablar de La Gaita no sólo es hablar de su repostería, sino también de sus *tradicionales salteñas*, con su típico y apreciado sabor que determinó la preferencia de propios y extraños. El sabor de este producto, según las informaciones, nació prácticamente con su fundador, don Florencio, quien tenía un privilegiado paladar para los sabores y fue él quien le dio el característico sabor que hoy conocemos.

La *salteña*, en general, posee un relleno de diferentes legumbres, carne en trozos y suele venir con parte del líquido que queda de la preparación del *jigote*. Se consume principalmente en la mañana, siendo vendida y consumida en plazas y calles al paso.

Según el Ing. Soria, la receta de las *salteñas* de *La Gaita* no es un secreto para nadie. Los insumos para la fabricación de salteñas tienen un común denominador: el "*jigote*", que es el contenido jugoso

de esta *empanada*, y desde que la Sra. Gorriti las hizo populares allá por mediados del siglo XIX, se ha ganado un lugar especial en la *gastronomía boliviana*.

Según Lonely Planet, la *salteña boliviana* está considerada como una de las mejores comidas que pueden consumirse en las calles del mundo, tanto así que se codea con la pizza italiana y otras comidas.

La catalogación de *Lonely Planet* —una de las guías más famosas del planeta— lo hizo en una publicación titulada "La mejor comida callejera del mundo", que recoge la cultura popular y, por supuesto, las recetas de 80 especialidades saladas y 20 dulces de los cinco continentes, entre los que se halla este *manjar de media mañana*.

### Salteña corriente y salteña especial

Según recuerda el Gerente de La Gaita, en esta confitería se preparaban dos tipos de salteñas: la *corriente* y la *especial*. La salteña corriente tiene en su contenido carne de res molida, mientras que la especial es de carne de res picada, huevos duros, aceitunas y especias como el ají, pimienta, comino, sal y algo de azúcar.



La *salteña corriente* era para La Gaita la fuente principal de sus ingresos en los años 60, ya que a pocos pasos se encontraba el Colegio *La Salle*, que tenía sus instalaciones en la Calle Loayza –hoy ocupadas por la Facultad de Derecho de la Universidad Mayor de San Andrés–, y los estudiantes salesianos eran los principales consumidores de esta empanada.

Cuando el Colegio *La Salle* se trasladó a La Florida, “La Gaita” perdió su principal mercado, por lo que tuvo que optar por incrementar la elaboración de la *salteña especial*, dejando a un lado la *corriente*.

### Los insumos de la salteña

Afirma que el *secreto* de las salteñas de La Gaita radica en el jigote, en el manejo adecuado y equilibrado de los insumos (principalmente ají, sal, azúcar y otras especias). Afirma que mientras otros fabricantes optan por insumos más baratos y prácticos (como el colapis en lugar de la saludable gelatina de patas), La Gaita sigue fiel a la receta básica y tradicional, especialmente en la elaboración del jigote y sin la cual no sería posible saborear esa *jugosa salteña*.

### El colágeno de la salteña

Sobre el tema, el Gerente General de esta confitería relató una interesante anécdota sobre los consejos y la receta que un conocido traumatólogo dio a uno de sus pacientes que había sufrido un daño severo en el “Talón de Aquiles”: “Vaya usted a **La Gaita** y sírvase dos *salteñas* diarias”, le dijo.

El atónito paciente no entendió en ese momento que la *salteña tradicional*, aquella que no ha sufrido cambios en su modo de elaboración, tiene en su jugoso contenido gelatina obtenida de las patas de res, rica en colágeno, un compuesto proteínico, altamente beneficioso para la salud.

El *colágeno*, abundante en el cartílago de la vaca y de otros animales como el cerdo y el pollo, puede disminuir el dolor, la inflamación, el edema y la rigidez de la artritis reumatoide, la osteoartritis, la artritis juvenil y la gota; interviene en



Armado de las salteñas



Las salteñas crudas antes de ingresar al horno



Salteña recién horneada, lista para su consumo



Panecillos rellenos de la "Boutique del Pan"



"Medias lunas" a la salida del horno

la reparación del tejido cartilaginoso, fortalece los huesos, las articulaciones y las uñas, mejora la firmeza de la piel y ayuda a cicatrizar las heridas, fortalece el cabello, favorece la recuperación del cuerpo después del ejercicio y ayuda a bajar de peso.

Cuando el paciente entendió los beneficios del *colágeno*, no dudó en consumir diariamente dos *salteñas* de La Gaita durante cierto tiempo, por su alto contenido en colágeno.

### El dedicado cuidado con los insumos de la salteña

La Gaita pone especial atención a los insumos que son utilizados para la elaboración de sus *salteñas*, porque un descuido por no tomar en cuenta la variedad de los mismos, puede echar por tierra el *sabor* que ha sido acuñado en más de 50 años.

"Desde el principio, siempre nos esmeramos por elaborar un producto de calidad y reunir lo que en la época era el triple B (BBB), *Bueno, Bonito y Barato*, lo cual era un emprendimiento riesgoso, por cuanto estábamos rodeados de seis buenos competidores, en un radio de 100 metros", recuerda Soria.

Por ejemplo, afirma el Ing. Soria, el ají que ofrece el mercado puede variar en su sabor picante. "Hay ajíes que pican más que otros. Hay azúcar más dulce que otra, y así", agrega afirmando que inclusive la sal puede jugar una mala pasada, ya que la concentración salina de ésta puede variar de acuerdo al origen y al tipo de procesamiento.

Lo mismo puede suceder con la harina, no sólo con respecto a su calidad, clase y procedencia, sino también con relación a una falta de continuidad en la entrega por parte de los proveedores.

"Para evitar problemas en la provisión de harina, especialmente con la importada, hemos decidido trabajar con el producto nacional, que tiene garantizada su entrega en los plazos en que hemos planificado", sostuvo el Ing. Soria.

### La informalidad, una amenaza

Una de las causas para el cierre de muchas confiterías y restaurantes tradicionales en La Paz, según el Ing. Soria, ha sido y es la informalidad. Afirma que muchas calles de la ciudad se han convertido en puestos de comida en los que se ofrece un producto que no tiene el control sanitario, ni cumple con las normas de higiene.

“El sector informal creció en forma exponencial en detrimento del sector formal, y aquí se cumple con rigor lo manifestado por Hernando de Soto, ex Ministro de Finanzas del Perú, quien en su libro el Misterio del Capital, sostiene: ‘Encontramos que casi tan difícil como volverse legal es seguir siéndolo. Inevitablemente, la cosa no es tanto que los migrantes quebranten la ley sino que la ley los quebranta a ellos, motivo para salirse del sistema’”.

Y es que como se señala en ese libro, la *economía informal* no es tanto el problema, sino *el Estado*, que se ha sentido incapaz de satisfacer las aspiraciones más elementales de los sectores más empobrecidos y que deciden emprender negocios al margen de las normas básicas, compitiendo con el sector formal y sacrificando la calidad del producto para ofrecerlo a más bajo precio.

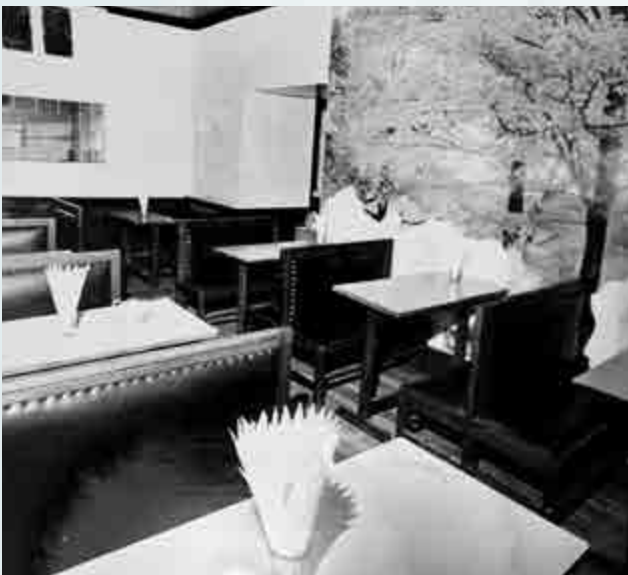
El empresario espera que las autoridades den respuestas contundentes a este problema que afecta no sólo a la gastronomía, sino a otros sectores, como el industrial y de servicios varios.



Pan especial elaborado por la Boutique del Pan



Una vista de la actual *Confitería La Gaita*, ubicada en la calle Potosí



Una vista de la antigua confitería



Ing. David Soria, actual Gerente General de *La Gaita*





*Especialistas en equipamientos*





Artemobile  
Calidad y compromiso



Artemobile  
Dedicación y seguridad



Artemobile  
Estación de trabajo Cubik



Artemobile  
Estación de trabajo Integral



Artemobile  
Somos especialistas en lo que hacemos



Artemobile  
Stand Expohogar 2013



Gustavo Solano Aranibar, Melissa Sivila Quisbert, Félix Sivila Zelada, Maggi Quisbert Díaz, Julio Angulo Claros

## Identidad

**A**RTEMOBILE, empresa boliviana con más de 45 años de experiencia en la fabricación de mobiliario de oficinas, por su trayectoria y calidad se constituye en un referente de empresa boliviana con imagen de reconocida seriedad y responsabilidad.

Sus inicios marcan el desarrollo de sus actividades como un pequeño taller artesanal en la ciudad de La Paz bajo el nombre de “Bello Horizonte” en la década de los años 60 a cargo del Sr. Pastor Quisbert Gutiérrez. Como todo nuevo emprendimiento, comienza sus actividades con tres trabajadores y la maquinaria esencial y tradicional para este tipo de rubro, fabricando en ese momento todo tipo de muebles, diseños y estilos.

El año 1989, la segunda generación de la familia se empeña en darle un carácter de empresa con identidad propia, por lo que se trabaja en la nueva denominación y logotipo, llegando a establecer la razón social definitiva: ARTEMOBILE, que a la fecha se mantiene y se encuentra registrada en SENAPI. También fue necesario realizar el análisis de la empresa respecto al mercado, siendo fundamental

la delimitación y definición de líneas de muebles a fabricar, aspecto importante a especificar ante la gran diversidad de muebles, estilos y diseños que se elaboraban en ese momento. A partir de esa decisión, la empresa empieza a producir mobiliario de oficinas.

En los años 90 nace el desafío de iniciar una nueva etapa en la historia de ARTEMOBILE al proponerse llevar adelante la capacitación en el exterior del país de uno de los miembros de la segunda generación, de profesión arquitecto, llegando él a especializarse en Suecia a través de un Programa de Apoyo en el área del manejo de maderas y fabricación de muebles, aspecto que permitió conocer nuevos métodos de trabajo y estándares, abriendo varias posibilidades de mayor conocimiento en la industria del mueble y elevar el nivel de eficiencia en el manejo técnico.

## La proyección de nueva empresa

Gracias al compromiso por llevar adelante la empresa, el año 2003 ésta se transforma en Sociedad de Responsabilidad Limitada, bajo la decisión de perseverar y desarrollar nuevos niveles de tecnificación. Es así que los socios de ARTEMOBILE



SRL: Ramiro Quisbert Díaz, Gerente General, y Maggi Quisbert Díaz, Gerente Administrativo, con mucho esfuerzo y empeño proyectan a la empresa a nivel nacional e internacional.

Varios factores, como la innovación en diseños, el uso de materiales y accesorios de calidad, la construcción sólida y el respaldo de la empresa, han permitido que ARTEMOBILE SRL se posicione como una empresa que cuenta con una importante cartera de clientes, como ser entidades financieras, organismos nacionales e internacionales, instituciones estatales, embajadas, universidades, laboratorios, condominios privados, edificios, etc.

## Estrategias de la empresa

### Misión

ARTEMOBILE SRL, empresa boliviana fabricante de mobiliario, equipamiento de oficinas y ambientes de trabajo, proporciona confort y satisfacción a sus clientes, para el óptimo rendimiento de sus actividades. Utiliza tecnología avanzada y cuenta con recursos humanos calificados, prestando servicios de calidad.

### Visión

Ser una empresa industrial eficiente y competitiva que satisfaga las necesidades del mercado nacional; se caracteriza por trabajar en equipo y ser industria líder, capaz de enfrentar los desafíos del mercado.

### Nuestros valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Calidad
- Innovación



Obreros  
Artemobile SRL



Fábrica  
Artemobile SRL



Fábrica  
Artemobile SRL





Av. 20 de Octubre #1615  
casi esq. Otero de la Vega, La Paz



Av. Hernando Siles, Calle 1  
Edif. Las Torres de Obrajes, La Paz

## Instalaciones y show rooms

Gracias a la gran aceptación de la empresa en el mercado, nuestras instalaciones crecieron, y actualmente las operaciones y procesos de producción de ARTEMOBILE SRL se las realiza en la planta ubicada en la Zona Industrial de la ciudad de El Alto, con una superficie de 5.000 metros cuadrados. Esta moderna infraestructura cumple con normas de seguridad industrial, proporcionando óptimas condiciones de trabajo a sus trabajadores, así como del cuidado del medio ambiente, lo que fue certificado por el RACIM.

Los puntos de exposición y ventas se encuentran ubicadas en el centro y la zona sur de la ciudad de La Paz. Sin embargo, nuestro alcance y atención llega a los nueve departamentos del país.

## Ferias y exposiciones

ARTEMOBILE participa en ferias relacionadas al mundo del mueble y la tecnología, a nivel local, nacional e internacional, en países como Brasil, Chile, Ecuador, Argentina, Perú, y también invitados a participar en Ruedas de Negocios.



Stand Expohogar 2014



Stand Expohogar 2014

## Nuestras líneas de producción

En el transcurso de esta nueva etapa, ARTEMOBILE SRL ha venido desarrollando varias líneas de mobiliario para Oficinas, Cocina y Hogar, con nuevas tendencias de diseño y tecnología moderna que la distinguen de la competencia.



Mobiliario Corporativo



**LÍNEA PRÁCTICA**  
**LÍNEA CUBIK**  
**LÍNEA OFFICE**  
**LÍNEA WOOD**  
**LÍNEA AKEMI**





# DIVA

cocinas

artemobile  
Especialistas en equipamientos



EMPRESAS LÍDERES DE LA PAZ II

**LÍNEA MATINNA**  
**LÍNEA ELITE**  
**LÍNEA RUSTIC**  
**LÍNEA TITAN**  
**LÍNEA GEACE**  
**CONSTRUCTOR**





**Muebles que se caracterizan por su versatilidad y funcionalidad.**

**matte**  
Sólo imaginalo...

**SAMSUNG**  
**staron**  
Solid Surfaces

**FIGUERAS**  
INTERNATIONAL SEATING

Representaciones comerciales



Auditorio Colegio de Abogados  
La Paz - Bolivia

## Representaciones comerciales

Gracias al trabajo y la innovación, ARTEMOBILE SRL ha merecido la confianza de trabajar en el país como representante de la empresa española FIGUERAS INTERNATIONAL SEATING, fabricante de las butacas de Auditorium, más afamadas a nivel internacional.

ARETMOBILE SRL es también representante para La Paz de los materiales de diseño Staron, de SAMSUNG, materiales de color y estilo definido en cubiertas y superficies de trabajo de alto rendimiento, comercializados por la empresa MATTE a nivel latinoamericano.

## Artemobile SRL virtual

Con el objetivo de facilitar la información al cliente, ARTEMOBILE ha desarrollado un sitio web:

**www.artemobile-bo.com** para brindar información a toda persona interesada en nuestros productos y servicios.

Asimismo, el cliente nos encuentra en Facebook, en nuestra página: **Artemobile SRL**.

NOMBRE/RAZON SOCIAL:

**ARTEMOBILE S.R.L.**

ACTIVIDAD:

**Especializada en la fabricación de mobiliario de oficinas y cocinas**

SOCIOS:

**Arq. José Ramiro Quisbert Díaz**

GERENTE GENERAL

**Lic. Maggi Isabel Quisbert Díaz**

GERENTE ADMINISTRATIVO

**artemobile@artemobile-bo.com**

**www.artemobile-bo.com**





**Auditorio  
Colegio de  
Abogados  
La Paz - Bolivia**

**KRYOLAN  
La Paz - Bolivia**



**KRYOLAN  
La Paz - Bolivia**





---

---

# **COSIN**

---

---

*LTDA.*

Importaciones y Representaciones de equipamiento:  
Médico, Industrial y Telecomunicaciones







Angiógrafo digital INNOVA



Hospital Univalle - Cochabamba

## Historia de COSIN LTDA.

COSIN Ltda. nació en 1975, cuando las empresas que asumían la *representación de compañías internacionales* empezaban a tomar forma en el país y cuando las necesidades de una infinidad de productos y servicios, tanto en el área doméstica como en lo profesional e industrial, iniciaban su desarrollo a la par del crecimiento poblacional, así como de sus necesidades básicas.

Las empresas que representan a compañías de renombre y que ofrecen determinados productos, equipos, maquinaria y servicios nacen al amparo del surgimiento de las compañías multinacionales y éstas emergen como resultado del proceso de ampliación de los mercados a nivel internacional.

El germen de las actuales empresas multinacionales, también llamadas transnacionales, surgió a finales del siglo XIX, cuando un conjunto de ellas decidió construir fábricas o buscar representantes fuera de sus países de origen, con el objeto de disminuir los costes de transporte y evitar los fuertes aranceles establecidos a la importación de sus productos.

## Nace COSIN

En Bolivia, la iniciativa de crear COSIN Ltda. nació de un ingeniero petrolero, Gregorio Vega, quien prestaba sus servicios en conocidas empresas del sector. Este profesional, luego de varios años de dar asistencia a estas

compañías, percibió un vacío en el área de *representaciones especializadas* en el rubro. En otras palabras, no existían compañías bolivianas que sirvieran de *enlace* entre los requerimientos locales y las grandes corporaciones multinacionales que ofrecen equipos, maquinaria y servicios de alta precisión, tecnología y especialidad.

Es probable que la razón de este vacío se debía en parte, a que en Bolivia el número de habitantes apenas llegaba a los 4,5 millones en 1975, según datos del INE, de los que gran parte –especialmente los del área rural– no estaban inmersos o no formaban parte del mercado de productos y servicios importados.

Hay que hacer hincapié y aclarar que si bien los servicios de importación y representación que ofrece COSIN Ltda. no tienen que ver con productos y bienes de consumo masivo, en Bolivia ya se registraba una dinámica actividad en la exploración y explotación de hidrocarburos y en el sector minero, lo cual hacía necesario implementar actividades adicionales en estos rubros.

Es así que en el país empiezan a nacer empresas representantes de importantes *firmas internacionales*, cuya principal misión es *ofertar equipos altamente especializados*, maquinaria de alta tecnología, insumos para actividades primarias de la economía y servicios, a partir de la demanda de éstos por parte de las empresas interesadas. En forma paralela, el negocio ameritaba, necesariamente, el poder contar con profesionales altamente capacitados y especializados a fin de apoyar a sus clientes, no sólo en la



instalación y capacitación, sino en el trabajo de *asistencia técnica permanente*.

## Un empresa pionera y líder

Con el tiempo, COSIN Ltda. amplía sus representaciones de otras empresas internacionales y en otros rubros, por lo que se puede considerar a este *grupo empresarial* como *pionero* en el país y *líder en importaciones y representaciones* de equipos médicos, industriales, telecomunicaciones y de suplementos alimenticios en Bolivia.

En la actualidad, esta prestigiosa empresa ofrece soluciones basadas en propuestas técnicas, aspecto que, con el tiempo, ha logrado ahorros millonarios en costos para sus clientes, con la absoluta confianza que viene de disponer de los equipos y los conocimientos más indicados para un servicio oportuno, dedicado y de compromiso para con sus compradores.

## Equipo industrial - petrolero

COSIN Ltda. nació prestando sus servicios al *rubro petrolero*, que precisa equipos y maquinaria sumamente especializada, y cuando amplió sus actividades a otras áreas, esta particularidad pionera dio lugar a la Unidad Industrial, la que se potenció y especializó en equipos de perforación, equipos contra incendios y seguridad industrial, máquinas de bombeo y electricidad de planta.

COSIN Ltda. ofrece servicios altamente especializados en los sistemas denominados B.O.P. (del inglés *Balance of Plant*), los que están compuestos por todos aquellos sistemas auxiliares que forman parte de una central de ciclo combinado, imprescindibles para un correcto funcionamiento. Por tanto, el B.O.P. está compuesto por toda una serie de sistemas muy heterogéneos, que asisten a los sistemas principales.

Para prestar este servicio, el Sr. Rodolfo Vega, actual Gerente General de COSIN Ltda., afirma que se requiere personal altamente calificado, con formación especializada, el que generalmente no puede ser capacitado en el país, sino en el exterior.

Las carreras especializadas son las que se centran y ponen énfasis en un área en particular dentro de una disciplina más amplia. Ciertas profesiones especializadas, como el técnico médico, petrolero, experto en telecomunicaciones y otros, se centran en un deber de trabajo distintivo o función.



Quirófano integrado - Caja Petrolera de Salud La Paz



Equipo industrial petrolero



Equipo industrial petrolero



Equipo industrial minero



Equipo industrial minero

COSIN prefiere contratar a este tipo de profesionales para que presten apoyo a los técnicos que se encargarán de administrar los diferentes equipos, ya sea a nivel petrolero, minero, en telecomunicaciones y médico.

De la misma forma, la empresa provee de equipamientos de refinería petrolera para sus clientes, como torres de enfriamiento y, adicionalmente, químicos y procesos químicos para perforación.

### Rubro minería

En esta área, Bolivia tiene enormes necesidades y requerimientos, por ser un país cuya economía se basó por muchos años en la explotación de yacimientos mineros, esencialmente estaño, plata, zinc y otros minerales.

El Grupo COSIN Ltda. es una empresa proveedora del Estado de insumos mineros y equipos en general y, en la actualidad, se encuentra adaptando la compañía al nuevo régimen privado de explotación minera, detectando nuevas potencialidades en el mercado y rubros tecnológicos innovadores para el mismo.

Tiene entre sus principales clientes a Inti Raymi, COMSUR, Enaf y Comibol.

### Telecomunicaciones

La empresa realiza proyectos en el área de las telecomunicaciones, en telefonía celular y *paging* (del inglés page). Es un servicio de la telefonía móvil celular y en comunicaciones de VHF y UHF.

### Área médica

COSIN Ltda. representa a varias reconocidas empresas que se dedican a la fabricación de equipo médico y en esta área ha realizado aportes importantes para el mejoramiento y cuidado de la salud de los bolivianos, a través de sus actividades.

### Equipo médico – Historial de instalaciones

Entre algunas instalaciones de equipo médico en Bolivia realizadas por COSIN Ltda. se pueden mencionar las siguientes:

- Equipos médicos de ecógrafos de la marca GE Healthcare.
- Equipos médicos de tomógrafos de marca GE Healthcare.
- Equipos médicos de resonancia magnética GE Healthcare.
- Equipos médicos arco en “C” de GE Healthcare.
- Equipos médicos de incubadoras pediátricas marcas Ohio/ohmeda y Air Shield Isolette.
- Equipos médicos de hemodiálisis marca Travenol / Baxter.
- Equipos médicos de eco cardiografía marca Eform Honeywell.
- Equipos médicos de rayos X GE Healthcare.

- Equipos médicos de sistemas de cuidado intensivo Uci marcas Air Shield di Ascope Eform.
- Equipos médicos de anestesia marcas Ohmeda y Takaoka.
- Equipos médicos de ventiladores y/o respiradores volumétricos marca Viasys Healthcare.
- Equipos médicos de autoclaves de gran volumen marca Amsco.
- Equipos médicos para laparoscopia marca Karl Storz.
- Lámparas de quirófano marca Amsco.
- Balanzas médicas marca Seca.
- Poupinel marca Jouan.
- Ambulancias marcas Nissan General Motors.
- Equipo médicos de mesas de quirófano marcas Greatide, Amsco, Famed y Mercedes-Imec.
- Equipos médicos de bombas corazón - pulmón marca Sarns.
- Equipos médicos de aspiradoras quirúrgicas marcas Gomco Greatide.
- Instrumental quirúrgico y de diagnóstico marcas Rudolf, Riester, Codmann, Medicon, Storz, etc.
- Marcapasos cardiacos marca C.P.I.
- Audiómetros marca Maico.
- Bombas de infusión marca Air Shields.
- Desfibriladores PPG marca Honeywell SW.
- Dopplers Oxford marca Vibbiss.
- Electrobisturís marca Valleylab y Erbe.
- Necroscópicos marca Acme.
- Equipos médicos de PH- metria ambulatoria marca Medtronic Synectics.
- Equipos médicos de manometría esofágica marca Medtronic Synectics.
- Equipos médicos de holter cardiaco marca Diagnostic Monitoring.
- Fungibles línea completa de cateterización de suturas, agujas y vendas.
- Cocinas y lavanderías industriales de industria española.
- Equipo y material de laboratorios analíticos y de investigación.



Mamógrafo digital Senographe Essential Digital



Tomógrafo CT Óptima





Instalación equipo resonador magnético Instituto de Gastroenterología - Sucre



Hospital Univalle - Cochabamba

## Proyectos- División médica Equipamiento médico

COSIN Ltda. tiene una amplia experiencia en la provisión e instalación de *equipamiento médico y hospitalario* tanto para instituciones privadas, públicas, como del área del seguro social.

El compromiso de servicio con la salud en nuestro país le ha llevado a ser una empresa líder en la provisión de equipo médico de última generación acorde con el avance científico y tecnológico a nivel mundial.

En esta área, COSIN realiza actividades anónimas, aportando con su experiencia en el mejoramiento de la salud de la población, no sólo ofreciendo equipos médicos y hospitalarios de alta tecnología, sino también apoyo técnico y profesional a las personas que se encargan de manejar estas unidades que tienen que ver con *healthcare*.

## Proyectos Productos y Servicios - Adjudicaciones Llave-en-mano

COSIN Ltda. desde que asumió la representación de empresas en el área de salud, se ha adjudicado en varias oportunidades la provisión de equipo médico bajo la modalidad "llave-en-mano".

El contrato "*llave-en-mano*" o "*turnkey contract*" es aquel en que el contratista se obliga frente al cliente o contratante, a cambio de un precio, a concebir, construir

y poner en funcionamiento una obra determinada que él mismo previamente ha proyectado. En este tipo de contrato el énfasis ha de ponerse en la responsabilidad global que asume el contratista frente al cliente.

Otras prestaciones que siempre están presentes en los contratos "*llave en mano*", formando parte de la obligación global del contratista, son: el suministro de materiales y maquinaria; el transporte de los mismos; la realización de las obras civiles; la instalación y montaje, y la puesta a punto y funcionamiento de la obra proyectada. En determinados casos, también es posible incluir en este tipo de contrato otras obligaciones posteriores a la ejecución de la obra, como la formación de personal y la asistencia técnica.

A continuación se mencionan algunas de las adjudicaciones de equipo médico que el Grupo COSIN realizó en diferentes establecimientos de Bolivia:

## Adjudicaciones llave-en-mano

- Equipo médico al Ministerio de Salud vía crédito FAD, incluyendo ambulancias, equipos de rayos X e instalación de equipo médico diverso.
- Equipo médico al Fondo de Inversión Social, incluyendo equipo para centros de salud en todas las provincias de los departamentos de Bolivia.
- Equipo médico para el Hospital de la Universidad del Valle, en la ciudad de Cochabamba, incluyendo incubadoras, respiradores volumétricos, ecógrafo de

última generación, equipo de electroencefalografía, equipos de anestesia, monitores de signos vitales, audiómetros e impedanciómetros, instrumental y equipo de cirugía endoscópica y laparoscópica, instrumental de cirugía convencional, lámparas de quirófano y mesas de quirófano.

- Equipo médico para la Organización Panamericana de la Salud, incluyendo equipos de anestesia para el Proyecto de Asistencia Madre-Niño.
- Equipo médico al Hospital Albina Patiño en la ciudad de Cochabamba, incluyendo incubadoras, ventiladores volumétricos, desfibriladores y monitores.
- Proyectos internacional licitados por el PNUD para el equipo médico de centros hospitalarios, como Centro América, en El Salvador, que incluyeron incubadoras neonatales, equipos de anestesia, equipos de laboratorio, mesas de quirófano, lámparas de quirófano e instrumental de cirugía convencional.
- Equipo médico al Centro de Diagnóstico por Imagen en la ciudad de Cochabamba, incluyendo provisión de resonancia magnética.
- Equipo médico a la Caja Nacional de Salud, incluyendo resonador magnético.
- Equipo médico para el Gobierno Departamental de Potosí, Hospital Bracamonte, incluyendo tomografía de 64 cortes.
- Equipo médico a la Caja Petrolera en la ciudad de Santa Cruz, incluyendo cineangiógrafo.
- Equipo médico para el Gobierno Departamental de Santa Cruz, Hospital Japonés, incluyendo tomógrafos de 64 cortes.
- Equipo médico para el Gobierno de Santa Cruz, incluyendo equipamiento del sistema de terapia intensiva.
- Equipo médico al Centro Médico por Imágenes en la ciudad de Cochabamba, incluyendo un resonador magnético de 1,5 teslas.
- Equipo médico al Centro Médico Follanini, incluyendo tomógrafos de 64 cortes, arco en "C", ecógrafos, equipos de rayos X digital, resonador magnético y equipo de gama cámara.



Univalle



Quirófano integrado - Caja Petrolera de Salud La Paz



Quirófano integrado - Caja Petrolera de Salud La Paz



Marcas que representa



Suplementos alimenticios

## Servicio técnico y de mantenimiento equipo médico – Servicio técnico y de mantenimiento

El departamento de servicio médico de COSIN Ltda. cuenta con personal altamente calificado y experimentado, el cual es responsable de la puesta en marcha de todo el equipo médico instalado hasta la fecha, además de prestar el servicio técnico y de mantenimiento más completo del país.

Hay que hacer hincapié que para cumplir con los requerimientos que exigen las empresas fabricantes a las que representa esta compañía, así como también con los requerimientos de la clientela, los ingenieros y técnicos son capacitados en forma constante y periódica en las diferentes plantas de producción y centros de entrenamiento, tanto como para proporcionar servicio y mantenimiento técnico así como para capacitación en el uso del equipo médico.

Nuestros servicios se extienden a nuestros propios clientes y a terceros.

## Suplementos alimenticios – CN PLUS

COSIN Ltda. representa e importa suplementos alimenticios o fórmulas nutricionalmente completas, como el denominado **CN Plus**, un alimento completo con fibra de distribución calórica, elaborada para una nutrición completa y balanceada en personas activas con requerimientos nutricionales especiales, adaptado a la dieta clásica uruguaya o en personas que requieren dosis proteicas aumentadas por enfermedad, envejecimiento o actividad física.

## CN Standard

Este es un alimento completo con fibra de distribución calórica y contiene proteína 14%, carbohidratos 56% y grasas 30%.

Este suplemento alimenticio aporta 1 kcal por mililitro a la dilución recomendada (22%) y contiene 14 vitaminas y 14 minerales. Está indicado para una nutrición completa y balanceada en personas con requerimientos nutricionales normales.

## CN Diabetic

Alimento completo con fibra de distribución calórica, que contiene proteína 18%, carbohidratos 52% y grasas 30%. Aporta 1 kcal por mililitro a la dilución recomendada (22%) y tiene 14 vitaminas y 14 minerales.

Este producto está indicado para una nutrición completa y balanceada en personas activas con requerimientos nutricionales especiales, adaptado a la dieta clásica uruguaya o en personas con requerimientos proteicos aumentados por enfermedad, envejecimiento o actividad física.

## Regula Max

Este producto contiene *fibra dietaria soluble*, con efecto prebiótico que no altera el sabor, color o textura de los alimentos. Elaborada a partir de la dextrina de maíz. Su fórmula compleja asegura que no pueda ser digerida por enzimas humanas, por lo que su llegada intacta al colon favorece la fermentación bacteriana.



Por lo tanto, no tiene sabor, color ni olor y está indicado como regulador del tránsito intestinal tanto en caso de constipación como diarrea. Sus propiedades benéficas sobre la flora intestinal (efecto prebiótico) favorecen la profilaxis del cáncer de colon y la disminución del colesterol sanguíneo.

Según los manuales de nutrición, *la fibra soluble* está formada por varios componentes que captan mucha agua y son capaces de formar geles viscosos. Es muy fermentable por los microorganismos intestinales, lo cual favorece la creación de flora bacteriana que compone 1/3 del volumen fecal, por lo que este tipo de fibra también aumenta el volumen de las heces y disminuye su consistencia. La fibra soluble, además de captar agua, es capaz de disminuir y ralentizar la absorción de grasas y azúcares de los alimentos (índice glucémico), lo que contribuye a regular los niveles de colesterol y de glucosa en la sangre.

### Caseinato de Calcio

Este suplemento contiene la denominada *fibra dietaria soluble*, de alto valor biológico. También tiene proteína láctea elaborada a partir de leche y secada con spray para asegurar la pureza de la fuente proteica.

El *caseinato de calcio* es una proteína de alto valor biológico propia de la leche. Es popular por ser empleado como suplemento dietético en el culturismo y en la práctica de otros deportes. Se suele ingerir antes de ir a la cama o en el desayuno y la propiedad que posee es la de ralentizar el metabolismo de los aminoácidos, y con ello prolonga la síntesis de las proteínas.

Este producto importado por COSIN es libre de grasas saturadas y de lactosa y no contiene gluten. Está indicado como complemento proteico de la dieta en casos de ingesta disminuida en adultos mayores y en deportistas con requerimientos proteicos aumentados. Por ser totalmente compatible con las dietas de la línea CN, puede utilizarse para aumentar el contenido proteico de las dietas definidas. Libre de gluten, por lo que puede ser consumido por pacientes celíacos.

Se pueden comprar estos productos en La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Oruro y El Alto.



Este es el último boletín que se publicó en el SEDES



Portada Facebook COSIN



Personal COSIN



Funeraria Valdivia, más de 60 años  
brindando el mejor servicio funerario







Salón velatorio Cristo



Salón velatorio Kantuta



Salón velatorio Sauce



Salón velatorio Orquídea







Adolfo Valdivia Salinas (†)

## Referente histórico del rubro exequial en Bolivia

**F**uneraria Valdivia es una empresa familiar catalogada como el emprendimiento que puso su propio sello en la historia de La Paz en lo que a servicios funerarios se refiere.

No solo es la empresa pionera dentro de este rubro, sino que aún se mantiene vigente gracias a su constante innovación, ofreciendo servicios que muy pocos o nadie podrían ofrecer; un ejemplo de ello es el hecho de ser los únicos que cuentan con un Horno Crematorio particular, además de ofrecer los servicios de su propio Cementerio de Mascotas, y por otro lado ponen a disposición de la comuna su servicio de repatriaciones a nivel nacional e internacional.

Asimismo, Funeraria Valdivia se preocupa por hacer énfasis en la presentación óptima de los fallecidos a través de técnicas especializadas, como la tanatopraxia, incluyendo el embalsamamiento, reconstrucción en casos traumáticos y accidentes, maquillaje y tanatoestética, tal como lo señaló Adolfo Víctor Valdivia.

A continuación, un vistazo a la forma cómo se fue consolidando como una de las empresas funerarias más importantes del país.

## Historia

Funeraria Valdivia como tal inicia sus actividades en la década de los años 50. Adolfo Valdivia Salinas (†) y Laura Monterrey de Valdivia (†) comienzan con la venta de ataúdes para cuerpos mayores. Con el paso de los años el negocio fue evolucionando, mejorando y diversificando sus actividades. Junto con otras empresas de la época, se consolida como una empresa de prestigio y calidad.

En 1976, Adolfo Valdivia Monterrey junto a Noemí Salgueiro de Valdivia, con el apoyo de sus padres, Víctor Salgueiro Vargas (†) y Laura Céspedes de Salgueiro (†), inician una nueva etapa. Abren las oficinas centrales en la calle Figueroa esquina Santa Cruz, realizando nuevas inversiones, la compra de vehículos y diversificación de servicios. Se continúa afianzando como una de las empresas más importantes en el rubro, y ha estado presente en momentos clave de la historia nacional. Prestó sus servicios funerarios a personalidades como el Padre Luis Espinal, Mario Mercado Vaca Guzmán, Carlos Palenque Avilés, Max Fernández Rojas, Antonio

Peredo Leigue, Antonio Paredes Candia, Raúl Shaw Moreno, Hanaly Huaycho y muchos más.

En la década de los 80, prosigue sus actividades desde la Calle Figueroa, frente al Pasaje de las Flores, y se va consolidando como la principal empresa en el rubro funerario. Es en la década de los 90 que la Funeraria cambia de dirección, centralizando actividades en inmediaciones del Monumento a Busch, por su proximidad al Hospital Obrero, la Morgue del Hospital de Clínicas, etc., siendo la primera empresa funeraria en establecerse y atender desde Miraflores.

A principios de los años 2000 se inicia la construcción del primer horno crematorio particular, ofreciendo este servicio a la ciudad como una alternativa a un entierro tradicional.

En la actualidad continúan las operaciones en Miraflores frente al monumento a Busch, y con oficinas en el eje principal del país, con la experiencia acumulada en todos estos años, continúan ofreciendo e innovando en el campo exequial.

Actualmente, el Grupo Valdivia tiene sus oficinas centrales en la Av. Busch, frente al Monumento; una sucursal en la ciudad de El Alto, ubicada en la Av. Satélite frente a FIE; otra sucursal en la Av. Baptista frente al Cementerio General, y la sucursal de la ciudad de Cochabamba ubicada en la Av. Ayacucho esq. México.



Adolfo Valdivia e hijo



Adolfo Valdivia



Funeraria Valdivia en construcción  
La Paz



Funeraria Valdivia  
La Paz



Salón velatorio Orquídea

## Servicios Funerales y de Cremación en Previsión

Funeraria Valdivia desde la década de los años 80 ofrece sus servicios exequiales en una modalidad que le permite a la persona interesada poder ir ahorrando para cuando llegue ese momento difícil. Nuestra primera ventaja es LA SEGURIDAD de una atención INMEDIATA en el momento de la emergencia. Transferabilidad de Beneficiario de Contrato a sola solicitud del Contratante, libre de intereses en caso de atraso de pago de cuotas, tranquilidad emocional sabiendo que todos los detalles para ese inevitable momento ya han sido considerados.

También:

- Atención las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Sin trámites complicados, sólo con su cédula de identidad.
- Por vía telefónica soluciona su emergencia, en cualquier lugar del país.
- Toda una **ORGANIZACIÓN** colocada a su servicio.
- La tranquilidad de tener todo resuelto.

En la actualidad, a solicitud de mucha gente, también se ofrecen los Servicios del Cementerio Amigo Fiel en

la modalidad de “prepagado. Esta alternativa también permite a mucha gente ir adquiriendo el lote en el Cementerio de Mascotas de manera previsor, asegurando un espacio para su mascota querida.

## Horno de cremación privado

Funeraria Valdivia, con la ingeniería mecánica de don Víctor Salgueiro Vargas, construyó el primer horno crematorio cerca de Viacha, dejando atrás a las tradicionales cremaciones en el Horno del Cementerio General paceño, realizado a diésel y leña, y donde sus operadores se “desinfectaban” tomando alcohol puro, para “aguantar” temperaturas altas.

Posteriormente trasladó sus instalaciones a las afueras de la ciudad de El Alto construyendo un segundo horno crematorio, con dos cámaras de combustión para cuerpos mayores y una cámara pequeña para restos.

Este servicio surge a partir de la necesidad de ofrecer un alternativa diferente a un entierro tradicional y principalmente para satisfacer la necesidad del mercado paceño de contar con las cenizas de su ser querido en pocas horas.

Actualmente son muy requeridos los Servicios de Cremación no sólo por personas que viven en nuestra



ciudad, sino que también hacen llegar a sus seres queridos desde otros departamentos para poder ser incinerados en nuestro horno particular.

Funeraria Valdivia ofrece también una gama de urnas de madera con un acabado de lujo, ideal para poder tener las cenizas en un lugar muy especial del hogar. Cuenta también con urnas especiales para niños y también para nuestras mascotas queridas.

### Cementerio de Mascotas “AMIGO FIEL”

Las mascotas para muchos son parte importante de sus familias; por ello, Funeraria Valdivia, en su afán innovador, construyó el primer Cementerio de Mascotas de la ciudad de La Paz, en Villa Salomé, en el sureste de la ciudad, de aproximadamente 2.000 metros cuadrados. Hasta la fecha tiene alrededor de 900 mascotas enterradas.

Son muchas familias que han creado conciencia y optan por este servicio que, a sola llamada, Funeraria Valdivia les brinda la ayuda que necesitan para poder sobrellevar la muerte de su mascota querida. Se le brinda también el servicio de transporte dentro del radio urbano.

Asimismo, ofrece el Servicio de Cremación de Mascotas, una opción requerida por la población que desea tener en su poder las cenizas de quien fuera su mascota favorita. Una opción bastante utilizada por familias que por alguna razón deciden irse del país y llevarse consigo las cenizas de su mascota amada.

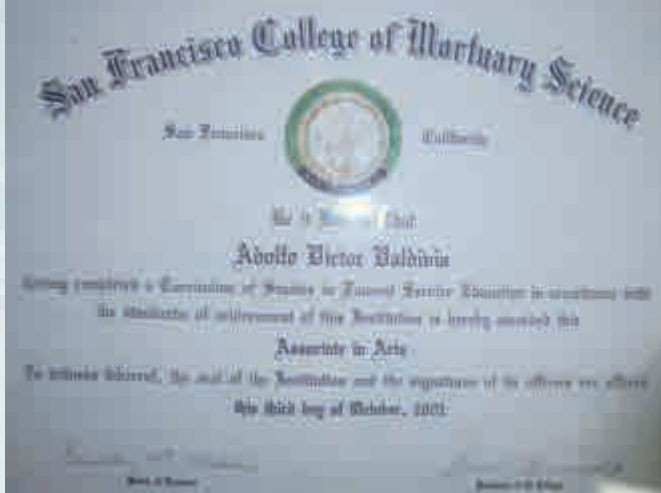
Los precios para el entierro de mascotas en el camposanto, que a la vez ofrece un clima agradable y una vista sin igual van de 500 bolivianos para los animales pequeños, a 700 bolivianos para los medianos y 900 bolivianos para los grandes.



Funeraria Valdivia  
La Paz



Salón velatorio Cristo



Universidad de Ciencias Mortuorias  
de San Francisco



XIII Diplomado de Tanatopraxia y Disección

## Tanatopraxia, embalsamamiento y tanatoestética

En un afán por diversificar los servicios funerarios, Adolfo Víctor Valdivia, con el apoyo de sus padres, viaja a San Francisco, California, el año 2000, con el fin de enrolarse en la Universidad de Ciencias Mortuorias de San Francisco, una universidad especializada en impartir conocimientos de tanatopraxia, embalsamamiento, dirección funeral, tanatoestética (maquillaje y restauración de cadáveres).

Es así que después de cursar la carrera, Adolfo Víctor retorna al país y posteriormente va implementando las técnicas aprendidas en cuanto a la preparación de los cadáveres, siendo la característica y el motivo principal el de conseguir un semblante de paz en la persona fallecida, para que la familia doliente pueda llevarse consigo una imagen que refleja que su ser querido está finalmente descansando.

En estos años, el embalsamador Valdivia ha preparado alrededor de unos 1.500 cuerpos, entre nacionales y extranjeros, presentándose casos de toda naturaleza y dificultad, logrando en todos ellos resultados óptimos y agradecimiento por parte de las familias dolientes.

En el año 2011, el embalsamador Valdivia participó del XIII Diplomado de Tanatopraxia y Disección, llevado a cabo en la ciudad de Bogotá, Colombia, y auspiciado por el Instituto de Medicina Legal de Colombia y la Corporación Internacional "Remanso". En esta oportunidad, el especialista pudo actualizar algunas técnicas, y aprender principalmente sobre disección, trabajo de asistencia durante una autopsia legal, además de establecer lazos de amistad con profesionales embalsamadores de otros países.

Es parte de la Sociedad Boliviana de Ciencias Forenses, y cuenta con una amplia experiencia en todo tipo de casos de muerte y su correspondiente tratamiento.

Gracias a su trabajo, mucha gente solicita que su ser querido pueda ser tratado acordemente, asegurando primordialmente un retraso en la descomposición del cuerpo y, últimamente, que su ser querido muestre un semblante de paz y tranquilidad.

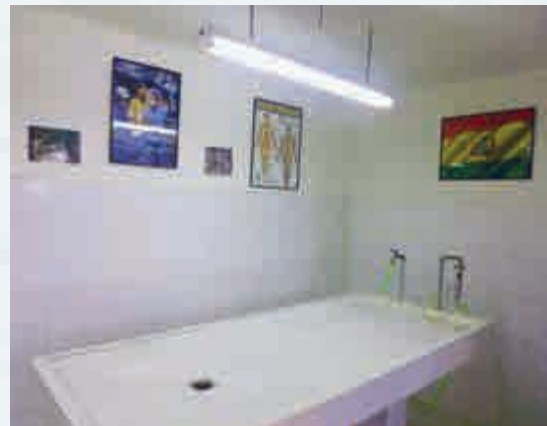
## Repatriaciones

Funeraria Valdivia ha logrado consolidarse como una empresa acreditada internacionalmente para el envío de cadáveres a todo el mundo. Debido a la globalización y al incremento del flujo turístico hacia nuestro país y otros, es que también en los últimos años se han incrementado las muertes de extranjeros en territorio nacional, por diferentes causas, principalmente accidentes de tránsito y otros. Es en ese sentido que nuestra Empresa cuenta con una vasta y probada experiencia en este aspecto. Cuenta con contactos con las principales empresas aseguradoras y funerarias del mundo, así como también con conexiones con las principales líneas aéreas comerciales, todo lo cual asegura una repatriación exitosa.

74

## Instalaciones actuales

En la ciudad de La Paz, las oficinas principales de Funeraria Valdivia han logrado establecerse en la zona de Miraflores, donde ha realizado inversiones considerables especialmente en los actuales cinco Salones Velatorios de lujo, equipados con capillas ardientes de primera. Cuenta también con un Laboratorio de Tanatopraxia, completamente equipado. En la ciudad de Cochabamba cuenta con oficinas regionales y dos Salones Velatorios de lujo.



Laboratorio de tanatopraxia





Instrumental de tanatopraxia



Maquillaje para cadáveres

## Hitos en la historia de la Funeraria Valdivia

### 1950

Adolfo Valdivia Salinas comienza actividades vendiendo ataúdes para cuerpos mayores y menores.

### 1976

Adolfo Valdivia Monterrey y Noemí Ofelia Salgueiro de Valdivia prosiguen una nueva etapa en la calle Figueroa esq. Graneros.

### 1982

Instauración de los Contratos de Sepelio, que favorece el ahorro y promueve una conciencia previsor para el momento de la muerte.

### 1992

Traslado de operaciones a Miraflores, primera empresa funeraria en centralizar sus operaciones lejos del “área de las Funerarias” de la calle Figueroa.

### 2000

Instauración del primer horno crematorio en las proximidades de Viacha.

### 2002

Instauración del segundo horno crematorio en las afueras de la ciudad de El Alto, donde opera hasta la fecha.

### 2004

Instauración del servicio de tanatopraxia y Embalsamamiento.

### 2007

Instauración del Cementerio de Mascotas “Amigo Fiel”, siendo el primero de su género en La Paz y en Bolivia.

### 2012

Centralización de operaciones en el edificio contiguo a la Av. Busch 1278 e implementación de los nuevos salones velatorios: Jazmín, Kantuta y Sauces.

## Misión

Ofrecer, coordinar y prestar servicios funerarios, servicios de cremación y servicios especiales para mascotas, de óptima calidad en el ámbito nacional, departamental y a nivel internacional, respetando las tradiciones y costumbres de cada una de las culturas y creencias a las cuales pertenecen nuestros usuarios, garantizando el más alto nivel de atención y esmero en cada servicio prestado.

## Visión

Nos proyectamos como una empresa líder a nivel nacional en la provisión de servicios funerales, de cremación, previsión exequial y otros, con excelentes estándares de calidad, acorde con las nuevas tecnologías y un recurso humano altamente calificado, implementando para ello estrategias de gestión de la calidad en venta de servicios de necesidad inmediata y previsión exequial, con alto sentido humano.



Salón velatorio



Cementerio de mascotas "AMIGO FIEL"



Laboratorio de tanatopraxia



**dis**mac

Dismac ahora todo para tu hogar  
en un solo lugar







dismac Mutualista



dismac Montero

## Perfil de la empresa

La cadena de tiendas Dismac inició sus actividades comerciales en 1985, con la representación y la venta de freezers y heladeras.

Con el pasar del tiempo la empresa ha ido incorporando nuevas categorías, ampliando la oferta de productos para el hogar y hoy, 29 años después, nuestros clientes pueden encontrar en las tiendas Dismac una variedad de productos para equipar la cocina, el área de lavado, artículos para cuidado personal, equipos de audio, televisión y consolas de videojuegos, entre otros.

Con 29 años en el mercado gestionando marcas líderes en su rubro, y con la más amplia cobertura nacional, la cadena de tiendas Dismac tiene la experiencia y conocimiento en profundidad del mercado boliviano, lo que la convierte en una de las empresas más confiables en la comercialización y generación de negocios en Bolivia.

## Presencia de Dismac a nivel nacional

La cadena de tiendas Dismac tiene presencia en el eje troncal, con 14 tiendas en Santa Cruz, 5 tiendas en Cochabamba y 9 en la ciudad de La Paz.

En La Paz, hay tiendas en la zona centro, en las calles Eloy Salmón, León de la Barra, en la ciudad de El Alto y nuestra nueva sucursal ubicada en la Zona Sur. Tenemos tiendas modelos donde podemos mostrar y ofrecer a la clientela toda la variedad de productos con los que contamos, entre los que podemos mencionar televisores, cocinas, hornos de empotrar, una completa línea de electrodomésticos pequeños, batidoras, licuadoras, sandwicheras, etc. Además, hemos comenzado a trabajar con la línea de cuidado personal en la que incluimos productos como: plancha y secadora para el cabello, depiladoras y corta pelos.

Respecto a la competencia, tenemos un eslabón de calidad que nos diferencia y es el que nos lleva a ser líderes en el mercado y tener la preferencia de los clientes.

## Eslabón de calidad

Nuestro eslabón de calidad es nuestro principal diferenciador, y ha sido fundamental para tener la aceptación y la fidelidad de nuestros clientes.

- Garantía
- Entrega a domicilio
- Instalación
- Servicio técnico

### Garantía

Todos nuestros productos están cubiertos por un periodo de 1 o 2 años (dependiendo del tipo de producto) contra desperfectos de fábrica o mal funcionamiento.

### Entrega a domicilio

Porque sabemos que el cliente no siempre cuenta con el transporte adecuado para llevar a su hogar lo que compró, ya sea por las características de la mercancía o el volumen de compra y dimensiones, debe moverse con una unidad especializada y con personal capacitado. Dismac entrega el producto a domicilio.

### Servicio de instalación

Tenemos un equipo de profesionales en el área de Servicio Técnico que pueden realizar el trabajo de instalación en los productos que necesiten un proceso más complejo.

### Servicio técnico

Cuenta con varios centros de servicio técnico autorizados en las ciudades donde se prestan servicios. Estos centros están dirigidos por personal altamente calificado, para



dismac América



Entrega a domicilio



Servicio técnico





Personal dismac



Personal dismac

cualquier tipo de mantenimiento o reparación de desperfecto que nuestros clientes requieran. Cada electrodoméstico cuenta con su propio periodo de garantía, durante el cual cualquier desperfecto atribuible al producto será cubierto por nuestra garantía.

## Misión

Ser una empresa especializada en la venta y distribución de productos y artículos de calidad para el hogar, ofreciendo un eslabón de calidad que se caracteriza por la atención al cliente, el servicio técnico y el servicio postventa que ofrece la empresa.

## Visión

Ser la cadena de tiendas más grandes del país especializada en la venta y distribución de electrodomésticos y artículos para equipar el hogar, superando las expectativas de nuestros clientes, permitiéndonos ganar participación y mejorar nuestra propuesta de negocio.

## Valores

Nuestros valores son el motor que impulsa nuestra empresa hacia la meta, permitiéndonos asumir con responsabilidad nuevos retos, ajustándonos a las normas y políticas que hacen la diferencia en el servicio que ofrecemos.

### Estos valores orientarán la actuación de todos nosotros:

- Inclínación al logro de resultados.
- Respeto por la gente y brindar oportunidades de desarrollo.
- Trabajo en equipo y compromiso.
- Mantener un compromiso con la comunidad y el medio ambiente.
- El actuar con profesionalidad y con la integridad en todas nuestras relaciones tanto con el público interno como externo.
- Trabajar con base en valores y principios.

## Nuestro personal

Contar con personal competente y comprometido es una de las principales razones por las que la cadena de tiendas Dismac ha podido crecer a un ritmo trepidante manteniendo la rentabilidad.

La promoción interna y la rotación de tareas permiten en Dismac crecer con rapidez pero manteniendo su filosofía corporativa, cuyos valores incluyen tanto el sentido común, el fuerte ritmo de trabajo y el trabajo en equipo como la oportunidad de adquirir responsabilidad y tomar iniciativas propias.

Nuestros recursos humanos constantemente son capacitados con las últimas técnicas en sus áreas de especialidad, lo que nos otorga claras ventajas frente a nuestros competidores y nos pone a la vanguardia del mercado.

Recibimos de forma permanente la visita de representantes de las marcas con las que trabajamos, quienes capacitan a nuestro personal en el área de servicio técnico y a nuestro plantel de vendedores.

Además, la empresa brinda capacitación específica en las diferentes áreas, y una actividad anual que involucra a todo el personal donde se refuerza el trabajo en equipo, liderazgo y motivación.

## Marcas con las que trabajamos

Manejamos la venta y distribución de prestigiosas y reconocidas marcas en el mercado, entre las que podemos mencionar: Consul, Whirlpool, KitchenAid, Cadence Ecogas, Sony, Tramontina y Marinex.



Personal capacitado



Personal capacitado



Marcas con las que se trabaja



dismac categorías menajería

dismac categorías cuidado personal

## Categoría de productos

Manejamos las siguientes categorías de productos:

- Refrigeración: freezers y heladeras.
- Climatización: aires acondicionados, enfriadores, calefactores, ventiladores.
- Entretenimiento: cámaras fotográficas, consolas de juegos y videograbadoras.
- Menajería: tappers, pyrex, asaderas, sartenes, set de ollas, cubiertos y artículos para la cocina.
- Electrodoméstico menor: batidoras, sandwicheras, licuadoras y procesadores, entre otros artículos.
- Tecnología: televisores, equipos de sonido y reproductores de video.
- Productos de cuidado personal: planchas, secadoras y modeladores de cabello, depiladoras y cortapelo.
- Lavado: lavadoras y secadoras de ropa.
- Cocina: cocinas, hornos y encimeras, purificadores, campanas y hornos microondas.
- Además, contamos con una división de motos, en la que manejamos la venta de motos de la marca UM y sus accesorios de forma exclusiva para el mercado nacional.

## Campañas

Nuestra empresa maneja 3 campañas fuertes cada año: la primera, en la que premiamos a las mamás de Bolivia ya que la misma se desarrolla durante el mes de mayo; en agosto estamos de aniversario y cada año, además de los descuentos, realizamos nuestra tradicional campaña “En busca de la heladera Consul más antigua”; y nuestra campaña navideña tiene como fin premiar a la familia con el mejor regalo para la casa.

## Presencia en redes sociales

La empresa ha visto la necesidad de estar actualizada y comunicar sus mensajes a través de las redes sociales.

Es por eso que Dismac utiliza entre sus herramientas de comunicación el facebook la cual tiene un equipo que maneja el diseño y el mensaje de los mismos.

Nuestra página web invita a los visitantes a conocer nuestra variedad de productos a través de un catálogo virtual ya que también exponemos los precios y ofertas.



## Campaña “En busca de la heladera Consul mas antigua”

Esta campaña tiene como objetivo premiar la calidad y durabilidad de las heladeras Consul, ya que consiste en seleccionar las 20 más antiguas a nivel nacional. Luego de una evaluación de parte de nuestro especializado equipo de Servicio Técnico, se entrega una heladera nueva a las más antiguas que cumplieron con los siguientes requisitos:

- Heladera en funcionamiento
- Con motor original
- Con pintura original
- De 25 o más años de antigüedad

Esta campaña nos ha llevado a posicionar la marca Consul como una heladera duradera y de excelente calidad ya que cada año las heladeras premiadas tienen por encima de 45 años.

Esta actividad tiene una retroalimentación muy satisfactoria ya que además de resaltar la calidad y durabilidad del producto, en muchas ocasiones los ganadores cuentan que ese artículo los ha acompañado durante toda una vida y han sido parte de lindos momentos familiares.

## Ferias de saldos

Cada año realizamos tres versiones de nuestras tradicionales Ferias de Saldos, una actividad que cierra nuestras campañas, días durante los cuales habilitamos tiendas y colocamos productos con descuentos muy llamativos, y los clientes se sienten seguros de que además de llevarse un producto con un excelente precio, se llevan la garantía y el respaldo de una gran empresa. Este evento convoca a una gran cantidad de clientes que aprovechan las ofertas y precios imbatibles de esta actividad.



Campaña “En busca de la heladera Consul mas antigua”



Aniversario con descuentos



Feria de saldos



dismac apoyando a una buena causa

**DISMAC SE SUMA A UNA VALIENTE LUCHA. APOYAMOS LA CAMPAÑA NACIONAL DE DIAGNÓSTICO PRECOZ DE CÁNCER DE MAMA.**

DISMAC, CON TODOS SUS PRODUCTOS, NO SOLO HACE MÁS SENCILLA LA VIDA EN LOS HOGARES CRUCENOS, TAMBIÉN SE PREOCUPA POR LA SALUD Y BIENESTAR DE LAS MUJERES.

## Acciones con responsabilidad social

Dismac tiene un compromiso social con la población. La empresa apoya algunas actividades con fines benéficos, entre las cuales podemos destacar el evento que es organizado por la Fundación Voluntariado de Cáncer de Mama *Mi Refugio*, un evento de moda que es creado con el fin de ayudar a las damas del voluntariado a realizar acciones en beneficio de las mujeres que padecen este diagnóstico.

## Tiendas modelo

Dismac es una empresa en constante crecimiento. Además de la apertura de sucursales en las diferentes ciudades, nuestro objetivo del año es la creación de tiendas modelo donde nuestros clientes tengan una experiencia diferente de compra.

El manejo de nuestros productos comienza desde la recepción de la mercadería. Nuestros almacenes han sido reestructurados para manejar variedad y cantidad de productos de forma que se optimice el tiempo y los productos no sufran ningún daño.

Las tiendas han sido clasificadas por espacio, y dependiendo de los metros cuadrados se

dispone de productos y se realiza el ordenamiento personalizado.

Estas tiendas cumplen con un ordenamiento en la parte de productos, haciendo que para el cliente el momento de la compra sea una agradable experiencia, donde además de tener los productos con una excelente exhibición sean atendidos con personal capacitado.

Cuidamos todos los detalles desde la presentación de una cocina, heladera o productos de cuidado personal, acompañando la presentación con una buena cartelería, señalética y marca-precios que ayudan a que el cliente se sienta cómodo y seguro que lo que está comprando es un producto de calidad y con la garantía de una gran empresa.

## Tecnología en facturación

Nuestro sistema de facturación en línea ya se está aplicando en todas nuestras tiendas a nivel nacional, sistema que ayuda a tener un control interno, pero también agiliza el proceso de pago y facturación al cliente, además de otorgar seguridad al comprador del producto que está adquiriendo. Asimismo, se logró estandarizar nuestro sistema de facturación en línea, proceso que ya ha sido implementado en todas las tiendas a nivel nacional.



## Dismac en el futuro

Cada paso, cada cambio que la empresa genera lo hace pensando en mejorar nuestros procesos internos para de esta manera ofrecer productos con calidad, atención personalizada y un servicio postventa con calidad.

Los cambios y el crecimiento que Dismac logra dar lo hace para convertirse en la empresa *retail* más grande del país, grande no solo en número de tiendas o espacios físicos, sino en la oferta de productos y la atención a nuestros clientes, y así ellas y ellos tengan una positiva experiencia de compras y tengan en claro que en Dismac encuentran de todo para el hogar en un solo lugar.



dismac Feicobol



dismac tu casa



dismac



dismacTeleinfo







# Personal Administrativo





Carlos España



Isabel Ayala de España

## Historia de TOTE'S

La Empresa de limpieza TOTE'S nació hace 28 años, a partir de un emprendimiento netamente familiar, como ocurre con una gran parte de las exitosas iniciativas, que empiezan sus actividades en locales modestos, con pocos trabajadores que, en su mayoría, son los mismos fundadores.

Los creadores de esta empresa, Carlos España y su esposa Isabel Ayala de España, empezaron su negocio en 1986, logrando hacer efectiva la iniciativa de ofrecer servicios profesionales de limpieza, en una primera etapa, a domicilios de la zona sur de La Paz. La idea fue traída de Estados Unidos, donde el Sr. España recibió capacitación profesional.

En un principio, la propuesta de crear la empresa pareció un tanto descabellada para algunos familiares y amigos, quienes argumentaban que en los domicilios de la zona sur ese trabajo lo realizaban las empleadas domésticas y que, por lo tanto, una empresa profesional de limpieza estaba por demás. Pero una gran mayoría animó y respaldó el emprendimiento.

Lo interesante de esta historia es que el propio Carlos España, hoy Gerente General de TOTE'S, se encargaba de limpiar en persona las alfombras y los muebles tapizados de sus primeros clientes, junto a un asistente, mientras su esposa atendía las llamadas telefónicas desde su domicilio.

En una Combi de segunda mano, Carlos España transportaba las alfombras y muebles hasta su pequeña oficina y luego los entregaba limpios en los domicilios de sus clientes. Mientras tanto, en el país empezaban a darse las transformaciones estructurales en lo económico y social a la cabeza del entonces presidente de Bolivia, Víctor Paz Estenssoro (1985-1989).

Carlos España recuerda que los clientes de TOTE'S en sus inicios eran de tipo domiciliario, pero la visita del papa Juan Pablo II a Bolivia en 1988 fue el inicio de una nueva etapa que significó la ampliación de sus servicios profesionales a empresas, como el Hotel Sheraton (hoy Radisson), que ese año hospedó a Su Santidad.



“TOTE’s realizó una limpieza total y profunda de ese hotel, y esa exitosa labor nos abrió las puertas de otros hoteles e instituciones públicas, entre ellas la Alcaldía Municipal de La Paz, la Cancillería, el edificio del Congreso y el Palacio de Gobierno”, agregó España.

“Somos pioneros en la limpieza profesional de alfombras y muebles tapizados”, sostiene el Gerente General de TOTE’s, al recordar que hasta 1986 no existían empresas que realizaban esa labor.

En virtud a su responsabilidad, puntualidad y profesionalismo, TOTE’s crecía en prestigio, se hacía más conocida y fue creciendo en forma paulatina, al punto de permitirse alquilar la primera oficina en la zona de San Pedro, frente a la plaza El Cóndor.

España recuerda que durante esos años era muy común ver alfombras colgadas de las alas de la estatua del cóndor de bronce, por la falta de espacio en la pequeña oficina.

Para ese entonces, la empresa pasó de contar con tres personas a casi una treintena de dependientes.

Este insospechado crecimiento exigía una infraestructura cada vez más adecuada al tipo de servicios, y es así que a mediados de los años 90 la empresa se muda a una pequeña casa en el pasaje H de la calle 10 de Obrajes de la Zona Sur, donde contaba con tres pequeños cuartos y un amplio garaje donde se realizaba la limpieza de alfombras. En ese sentido, “ya no se necesitarían estatuas de bronce para secar las alfombras”, recuerda España.

Las exigencias y requerimientos de estándares de limpieza cada vez más altos de determinadas empresas, en especial del rubro petrolero, alimentación y medioambiental han permitido a TOTE’s elevar sus niveles de calidad en sus servicios.



Personal TOTE's



Personal TOTE's



Personal TOTE's



TOTE'S Tarija



TOTE'S Potosí

Los progresos logrados por esta empresa han alcanzado niveles importantes al punto que el personal de limpieza asignado a algunas empresas, particularmente de industriales y petroleras, cuentan con el denominado Equipo Profesional Personal (EPP), que permite dar seguridad industrial a los técnicos en limpieza de la empresa.

### Primeras sucursales de TOTE'S

La primera sucursal de TOTE'S se inauguró el 30 abril de 1993 en la ciudad de Cochabamba. El éxito de esta decisión hizo que cuatro años más tarde se abriera una segunda sucursal en la ciudad de Santa Cruz.

El sueño de los esposos España, de tener presencia a nivel nacional, empezaba a hacerse realidad.

A la par del crecimiento, la experiencia y las técnicas en la limpieza de alfombras y muebles se fueron transmitiendo de persona a persona, como una cadena que hoy, en una forma cada vez más sistematizada, se da en el marco de una organización que agrupa a 1.200 empleados de planta, lo que a su vez genera 400 empleos indirectos.

Hoy, TOTE'S se ha convertido en una empresa líder a nivel nacional y ofrece sus servicios a domicilios, empresas privadas e instituciones del sector público, en una relación del 95 al 5 por ciento, respectivamente.

La cartera de clientes de TOTE'S se puede clasificar de la siguiente manera: 10.000 domiciliarios, 300 empresas grandes, 200 pequeñas y 20 instituciones del sector público.

### Uno de los secretos

Según Carlos España, uno de los factores en el éxito de TOTE'S es que desde sus inicios no se ha descuidado el espíritu de equipo, semejante a las relaciones familiares, donde cada dependiente trabaja a gusto y que en forma anual espera ansioso las fechas de las reuniones y los agasajos que han sido planificados.

“Es parte de mi personalidad. Trato a los empleados como amigos, lo cual he tratado de mantener a lo largo de estos 28 años. Conozco a gran parte de los dependientes de este edificio por sus nombres, apodos, sus defectos, sus gustos y, a veces, las razones de sus ocasionales ausencias laborales”, asevera un España sonriente, quien agrega que la fecha del 1 de Mayo es esperada por los trabajadores de TOTE'S para celebrar sus éxitos, sus logros y pasar momentos amenos.

## El “Duende mágico” de TOTE’s

Algunos afirman que el “pequeño duende mágico” que caracteriza a TOTE’S ha sido de buena suerte para el progreso de esta empresa.

“No se puede empezar a hablar de la historia de TOTE’s sin mencionar a un pequeño duende mágico que apareció hace 28 años y cambió la percepción que se tenía en Bolivia sobre un servicio de limpieza profesional. Un símbolo mágico de la suerte se convirtió en un ícono que llegó a representar a un servicio de limpieza profesional, accesible, conveniente y que, claro, saca la mugre a su alfombra”, señala parte de la historia de TOTE’s.

Se dice que perseguir la fortuna por diversos medios es una constante en los seres humanos, y entre esos medios, muchos creen obtenerla si los dueños de esas poderosas fuerzas se convencen de que esa ayuda será para bien.

Desde el inicio de los tiempos, el Hombre comenzó a descubrir el valor de las cosas y a advertir que a algunos les iba mejor que a otros. El hombre empezó a investigar y descubrió que existía algo que se llama Fortuna, especialmente la Fortuna en los negocios.

Probablemente esa premisa haya influido en los ejecutivos de TOTE’s para decidir utilizar como logotipo la imagen de un duende, al que también se le suele llamar el “gnomo de la Fortuna”, que cuando se posa imperceptiblemente en nuestro hombro derecho, nuestros negocios y otros asuntos mejoran.

Pero, lo cierto es que en TOTE’s prima el liderazgo empresarial de Carlos España y su esposa, quienes proyectan seguridad y confianza en la manera en que llevan a cabo sus actividades porque, claro, como se suele afirmar, ellos empezaron realizando el trabajo básico que hoy llevan a cabo los más de mil trabajadores en todo el país, exceptuando Pando y Beni.



El “Duende mágico”



Personal TOTE's



Oficinas TOTE's  
La Paz





Oficinas TOTE's  
La Paz



Infraestructura TOTE's  
La Paz

### TOTE's es miembro de ISSA

El Gerente General de TOTE's informó que hace más de 15 años la empresa forma parte del ISSA (por sus siglas en inglés: International Sanitary Supply Association), una asociación internacional que, entre otras cosas, permite a sus socios recibir capacitación en forma permanente con el fin de profesionalizar aún más sus servicios a través de sus recursos humanos.

Gran parte de los prestadores de servicios de limpieza de todo el mundo pertenecen a esta organización, los que en forma sostenida se benefician en el mejoramiento de su labor, en sus medidas de calidad y estándares propios, con el fin de brindar a los clientes un servicio de limpieza ético, profesional, eficiente y de calidad.

El pertenecer a ISSA ha contribuido a mejorar la administración de sus recursos humanos, a utilizar tecnologías cada vez más eficientes y modernas y a implementar una logística e infraestructura adecuadas a una empresa profesional de limpieza.

TOTE's es, probablemente, la empresa de limpieza mejor equipada en el país, lo que le ha permitido posicionarse como una marca relacionada a la calidad de sus servicios, puntualidad, honestidad y profesionalismo.

### Un moderno edificio

La visión de ampliar los servicios a nivel nacional, motivó a TOTE's a ejecutar un sueño: construir un inmueble como la oficina central en la ciudad de La Paz. Este proyecto empezó a ejecutarse en 1995 y se completó dos años después en febrero de 1997.

En la parte alta, el logo con el característico "gnomo de la fortuna" o del "pequeño duende mágico", corona el edificio de tres plantas donde un centenar de funcionarios controla el exitoso emprendimiento que hoy ya tiene alcance nacional.

### Trabajando con calidad ISO a partir de 2015

A partir del año 2015, TOTE's, como empresa que presta sus servicios profesionales de limpieza y que ha logrado cubrir gran parte de la demanda generada por la externalización de estos servicios en industrias, oficinas, domicilios y entidades públicas, empezará a trabajar en gestiones de calidad, con el fin de darle mayor sostenibilidad y éxito a su empresa.

Según España, TOTE's tiene la necesidad de diferenciarse como una empresa altamente competitiva y de elevar aún más sus estándares de limpieza a partir de las exigencias y requisitos de sus clientes y poder disponer de certificados de calidad ISO.

El objetivo de este propósito es lograr la excelencia en la limpieza.

Y es que la razón de ser del negocio de **TOTE's** es el proceso de limpieza en sí. Según Carlos España, este trabajo debe ser realizado cumpliendo estrictamente lo pactado con el cliente. Las frecuencias de limpieza de las distintas áreas y de los trabajos extras, como limpieza de cristales o moquetas, deben ser cumplidas y este cumplimiento debe ser inspeccionado periódicamente.

### Los servicios de TOTE's

**TOTE's** ofrece servicios de limpieza y mantenimiento general a domicilios y todo tipo de empresas, instituciones de manera eventual o fija. Sus servicios son de manera integral a casas, oficinas, clínicas, hospitales, fábricas, empresas petroleras, entidades financieras, embajadas, colegios y universidades, entre otros.

Para trabajos eventuales, las personas, empresas o instituciones interesadas tienen la opción de coordinar con la empresa una cotización previa que no tiene costo o pedir que se realice el servicio si ya es un cliente. Para la contratación de servicios fijos, se puede solicitar una cotización y luego la empresa envía una propuesta de servicios mensual para un mantenimiento general diario adecuados a las necesidades del cliente.

### Lavado de alfombras

Limpieza a presión con agua y extracción inmediata que lava las fibras desde su base, recomendado por la mayoría de fabricantes de alfombras.

### Lavado y pulido de pisos fríos

Encerado con lustrado de pisos de madera y lavado con pulido de otros pisos fríos (cerámica, azulejo, mármol, etc.) garantizando brillo duradero.



Servicios TOTE's



Lavado de alfombras



Lavado y pulido de pisos



Limpeza de vidrios



Lavado profundo de interior de automóviles

### **Limpeza de vidrios**

Limpeza de todo tipo de vidrios con insumos y productos importados que no dejan rastros ni residuos.

### **Desengrasado de cocinas**

Limpeza profunda y desengrasado de cocinas dejando todo el ambiente desinfectado sin bacterias ni olores.

### **Lavado de tapices y colchones**

Dependiendo del tipo de tapiz o colchón, se realiza el lavado a presión con agua y extracción de manera más gentil y con productos especiales para diferentes telas, superficies y texturas.

### **Limpeza en seco**

Máquinas importadas, especializadas en cepillado y aspirado, junto con micro-esponjas cargadas de químicos biodegradables, limpian las fibras de cada alfombra en un nuevo proceso patentado de limpieza de alfombras en seco.

### **Desinfectado y sanitizado de baños**

Limpeza profunda del inodoro, tina, lavamanos, espejos, paredes y pisos, dejando el cuarto de baño desinfectado y sanitizado con productos especiales.

### **Lavado profundo de interior de automóviles**

Utiliza el proceso de lavado a presión con agua y su extracción inmediata para lavar todo el interior del vehículo y silicona para proteger el tablero y otras áreas.

### **Ozonizado de ambientes**

Ozonizado de ambientes para el eliminado permanente de todo tipo de olores y bacterias.

### **Extracción de agua**

Extracción de agua en caso de emergencias por cualquier tipo de inundación.

### **Mantenimiento general y desempolvado**

Personal capacitado y garantizado se encarga de remover toda tierra, polvo y otros residuos que se acumulan a diario en todas las superficies del domicilio y oficina, dejando todo brillando de limpio.

### **Fumigado de ambientes**

Fumigado para eliminar pestes indeseadas en todo tipo de ambientes.









LABORATORIO

**HAHNEMANN**®

Especialidades Farmacéuticas Tecnología y Calidad

*Un Alemán al Servicio de la Salud*











Lic. Ronald Gumucio Peterssen  
Gerente General

## Historia de Laboratorio Hahnemann

Laboratorio Hahnemann fue creado en 1988 por los hermanos Ronald y Christian Gumucio Peterssen, el mismo que está relacionado con el sistema de medicina homeopática, desarrollada por el médico alemán Christian Samuel Hahnemann en 1796, quien también acuñó el término que tiene raíz griega. En 1807 se conoce su propuesta bajo el término Homeopatía, que considera a la persona en su totalidad, en cambio la alopátia la fragmenta en porciones a ser estudiadas y tratada por un especialista diferente.

El nacimiento de Laboratorio Hahnemann se inicia con la instalación del laboratorio homeopático en la ciudad de La Paz, en 1988, luego de la decisión de traer la ciencia homeopática de curación a Bolivia, siendo los pioneros en el país en realizar este emprendimiento con el fin de ofrecer una alternativa efectiva a la medicina convencional (alopatía) para muchos enfermos.

Es así que instalan una pequeña industria manufacturera para la elaboración de medicamentos homeopáticos, cuyo objetivo era integrar la medicina que conocemos a una ciencia que comenzaba a revolucionar el tratamiento de las enfermedades en el mundo.

Este método revolucionario, explica el señor Gumucio, consiste en definir los niveles de salud como una contribución altamente original a la medicina en general. Siguiendo esa orientación, Laboratorio Hahnemann innovó en el tradicional concepto del diagnóstico y los métodos convencionales que buscaba la salud integral del paciente.

Ese aporte a la medicina convencional se fortaleció convocando a la comunidad médica a participar de seminarios y conferencias que reforzaron la avanzada del método homeopático y abrió el camino para consolidar la presencia del laboratorio en Bolivia.

Es así que varios médicos convencionales o alópatas decidieron también incursionar en la medicina homeopática.

Este reciente movimiento en el país ha crecido a tal punto que ya existe una asociación de médicos homeopáticos en las principales ciudades de Bolivia.

Pero, además de invocar y promover la especialización homeopática, la empresa actuó dispuesta a reformular los procedimientos convencionales y emprendió el cambio con acciones concretas. **Volcó importantes recursos en la instalación de una nueva y moderna Planta Farmacéutica con tres líneas de productos elaborados bajo las más altas Normas de Calidad.**

A la línea homeopática que la define por naturaleza y la principal razón de su irrupción en el mercado nacional, se sumaron la línea química y la de productos naturales.

Luego de obtener la Resolución Ministerial N° 0489 de 1995, el Laboratorio amplió su actividad a toda una línea de productos naturales, iniciando de esta forma una trayectoria en este campo que la convirtió en un Laboratorio especializado en la vanguardia de la medicina natural.

Los propietarios de Laboratorio Hahnemann decidieron avanzar trazando como objetivo fundamental el cuidado de la salud humana. La planta de la compañía, ubicada en la ciudad de El Alto, fabrica en la actualidad más de 160 medicamentos y se ha convertido con el correr de los años en una de las más modernas del país.

“Hemos dedicado todos nuestros esfuerzos desde 1988 al cuidado de la salud humana, acompañando los avances de la ciencia para brindar a la comunidad médica y población boliviana opciones terapéuticas y tecnológicas de avanzada”, afirma Ronald Gumucio, Gerente General de Laboratorio Hahnemann.

En septiembre del año 2015, Laboratorio Hahnemann cumplirá 27 años en el país y con sus más de 130 empleados directos, entre obreros, operarios, farmacéuticos, técnicos y personal administrativo, existe el compromiso de seguir creciendo hasta llegar a la visión del laboratorio, que es el espíritu que los une en la fabricación de medicamentos. Este moderno laboratorio también ha creado alrededor de 420 empleos indirectos.

“Podemos decir con orgullo que a lo largo de estos más de 26 años de permanencia en el mercado nacional, hemos ganado un lugar de prestigio entre los integrantes del cuerpo médico que nos confirma como una de las principales compañías farmacéuticas de Bolivia”, sostuvo el Gerente General de este Laboratorio.

## Capacidad, tecnología y compromiso social

Una de las tareas inmediatas es consolidar presencia en la industria farmacéutica nacional, y para conquistarla



Ronald Gumucio, Gerente General, con la Dra. Wendy Valverde, directora técnica del Laboratorio



Dra. Rosario Montero, Jefe de Aseguramiento de Calidad



Departamento de Sistemas



Operarios en Lecho Fluido



Análisis en control de calidad

de manera definitiva, la compañía llevó adelante un programa de renovación de su equipamiento, con la importante inversión en los últimos años para estar a la vanguardia con máquinas de última generación, entre ellas tableteadoras y blisteadoras automáticas, encapsuladoras y lecho Fluido de gran capacidad, etc.

En la actualidad, Laboratorio Hahnemann posee una Planta Farmacéutica ubicada en la ciudad de El Alto con una superficie construida aproximada de 4200 m<sup>2</sup>.

Áreas completas de betalactámicos, semisólidos, sólidos estériles, líquidos, sólidos no estériles, naturales y homeopáticos.

La maquinaria de alta tecnología digitalizada con áreas de producción cumple con normas internacionales.

Este moderno laboratorio tiene instalados sofisticados sistemas de aire certificados por CASIBA-Argentina, una empresa pionera y líder en su rubro que ofrece servicios de calidad.

Asimismo, Laboratorio Hahnemann posee sistemas de agua certificados por IPA-Argentina, una empresa que trabaja desde 1980 en el tratamiento de aguas y afluentes.

Es así que ha construido un nuevo y mejorado laboratorio, con un sistema de gestión de calidad que garantiza la aplicación de normas internacionales:

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas Prácticas de Laboratorio (BPL) y Buenas Prácticas de Almacenamiento (BPA).

Se ha realizado una inversión importante en la adquisición de equipos con el fin de garantizar la fabricación de productos farmacológicos de alta calidad. El laboratorio cuenta con sistemas de control de calidad avanzados en sus diferentes áreas para el análisis de productos segregados. Además, importa la mejor materia prima de **proveedores certificados**, aspecto que constituye otro de los pilares de la calidad de los productos fabricados por la empresa.

Entre las materias primas que se importan tenemos a la Amoxicilina Purinox de Fersinsa, que es la utilizada por laboratorios en Europa y Estados Unidos, además de la utilización de tinturas madre y extractos secos para la elaboración de los productos naturales.

A través de un Sistema Integrado de gestión y la participación de la organización, la compañía aspira a mejorar de manera continua los niveles de calidad y productividad, generando niveles de confianza con la comunidad.

“Nuestro compromiso es seguir avanzando haciendo honor a nuestra historia y mantener ese compromiso con el futuro, ayudando a mejorar la salud de la población boliviana”, agregó el principal ejecutivo de Hahnemann.

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial está presente en esta empresa que realiza donaciones a



poblaciones afectadas por los desastres naturales como inundaciones y derrumbes, realiza visitas al Hospital del Niño, donde hace donaciones de medicamentos y labor social. Entre las actividades en el marco de la RSE, participa anualmente en el evento “Hospital Abierto” organizado por la fundación Arco Iris y en otras labores de sensibilidad social.

En la actualidad, Laboratorio Hahnemann elabora productos en tres líneas: **Química, Natural y Homeopática.**

En las líneas natural y química, Hahnemann fabrica alrededor de 155 productos, mientras que en la línea homeopática cuenta con alrededor de 11 productos que se ofertan al público y el preparado de los compuestos homeopáticos que requieran los médicos homeópatas a nivel nacional.

### Línea química

Desde el año 2011 produce una amplia variedad de medicamentos con patrones de alta tecnología y calidad. Entre comprimidos, suspensiones extemporáneas, polvos para inyectables (viales), jarabes, cápsulas, cremas, gel, gotas y ungüentos, son más de 150 productos en el moderno laboratorio industrial farmacéutico.



Área múltiple - tableteadora y mezcladora



Laboratorio homeopático

### Línea natural

Hahnemann ha incursionado en la fabricación de productos de la medicina natural. Una gran variedad de medicamentos que bajo estas características se elaboran en su laboratorio, entre comprimidos, gotas, spray y gel. Destacan los antiinflamatorios, energéticos, relajantes y antioxidantes.

### Línea homeopática

Según Ronald Gumucio, Laboratorio Hahnemann es el único que cuenta con un laboratorio Homeopático en Bolivia, producción y comercialización de productos homeopáticos entre glóbulos, gotas, polvos, sobres y comprimidos.



Certificado de la FDA



Análisis en control de calidad



Jefatura de Dirección Técnica

Una gran innovación y aporte a este revolucionario sistema de la medicina no convencional es la fabricación del botiquín homeopático de 20 frascos.

Son socios fundadores de:

- Asociación Médica Homeopática Boliviana.
- Cámara Nacional de Bio-Comercio de Bolivia (BIONATIVA), cuyo primer presidente fue el Lic. Ronald Gumucio, Gerente General de la empresa.

### Licencia de la FDA para exportar

Laboratorio Hahnemann ha obtenido la licencia de la Food and Drug Administration (FDA) de Estados Unidos con el fin de exportar productos de la línea natural a esa nación.

Exportar productos nacionales es la mejor opción para crecer juntamente con los campesinos productores de materias primas naturales nacionales, a quienes incentivamos su crecimiento tanto social como económico mediante contratos de compra y venta de sus productos.

### Asistencia a ferias nacionales e internacionales

Con el fin de conocer las últimas técnicas, posibilidades y alcances del mercado orgánico

y productos naturales, nuestros ejecutivos han estado constantemente asistiendo a la mayor cantidad de ferias internacionales posibles, entre las que se han podido acumular experiencia y conocimientos.

Desde el año 2000, asistimos a todas las ferias organizadas por *Latin Farma Internacional*, que se efectúan cada 2 años, al igual que el *Foro Empresarial Andino* que se realiza cada año en la Comunidad Andina de Naciones.

### Premios y reconocimientos

Laboratorio Hahnemann, a lo largo de sus exitosos 25 años, ha recibido muchos premios, tanto nacionales como internacionales, así como reconocimientos de parte de organizaciones empresariales importantes en el escenario, en virtud a sus productos, cuyas virtudes han beneficiado la salud de miles de personas.

Entre los premios internacionales se puede mencionar el que otorga la Bizz Award, y a nivel local el Premio "Empresa Líder", concedido por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

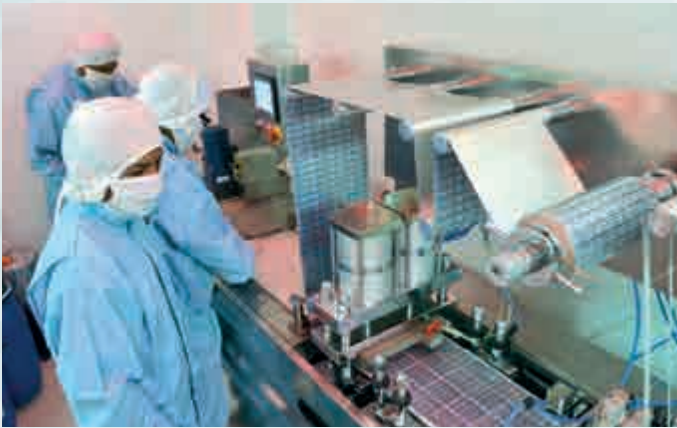




Área de inyectables



Microbiología - campana de flujo laminar



Operarios en máquina blisteadora



Control de producto terminado



Rubén Barboza, Jefe de Almacenes en el almacén de material acondicionado



Algunos medicamentos de prescripción



## Misión

*Ser un Laboratorio Industrial Farmacéutico que produce medicamentos Homeopáticos, Naturales y Químicos, con Certificación de BPM para cuidar la salud de los bolivianos, con un equipo humano capacitado y unido en busca permanente de la superación y alta calidad en sus productos.*

## Visión

*Ser un Laboratorio líder en el mercado Boliviano, certificado y acreditado con presencia internacional, que sobre la base de la innovación tecnológica, el cuidado del medio ambiente y recursos humanos calificados brinde productos de calidad, confiables y seguros.*



Máquina mezcladora



Dosificación de Líquidos



Operarios en Área de Empaque



Departamento de Control de Calidad

Primer lugar en Empresa Líder en  
Calidad en Manufactura  
Gobierno Autónomo Municipal de  
La Paz - 2012



Premio a la Excelencia  
Empresarial 2008, otorgado a  
Laboratorio  
Hahnemann por "The Bizz  
Awards"



Empresa Boliviana del año 2014,  
premio otorgado por  
Latin American Quality Institute



Premio "Mercurio" a la Inversión  
Privada, otorgado por la Cámara  
Nacional de Comercio - 2012



Segundo Lugar en Empresa Paceaña Líder  
Gobierno Autónomo Municipal de La Paz  
- 2012



"Mérito Industrial y Desarrollo 2012", reconocimiento  
entregado por la Cámara de la Industria Farmacéutica  
Boliviana - CIFABOL



Reconocimiento del personal  
de Hahnemann, por sus 25  
años.



22 años

BancoSol

*Juntos crecemos*







**Clientes**

22-  
**BancoSol**  
Juntos crecemos





Oficina Central, La Paz



David Caballero  
Antigüedad: 2 años, Tarija

## La génesis de BancoSol

Las microfinanzas fueron un campo poco explorado de la economía, pero concitó la atención de los organismos nacionales e internacionales, debido a los resultados prometedores de la propuesta, en sentido de hacer accesible el crédito a infinidad de personas que estaban excluidas del sistema financiero.

En 1984, Bolivia vivía una crisis económica, política y social, contexto en el que la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia había logrado desarrollar un programa para la otorgación de créditos a dichos sectores a fin de atenuar los efectos de la hiperinflación.

La propuesta llamó la atención de algunos empresarios, quienes alentaron la creación de una fundación dedicada al microcrédito, que opere con el financiamiento parcial de la cooperación internacional.

De esa manera nació la Fundación PRODEM, que se planteó un objetivo impensable para esos años: brindar apoyo financiero y mejorar la calidad de vida del sector microempresarial a través de la oferta de fondos de crédito de libre disponibilidad no subsidiados.

En menos de una década, esta fundación se convirtió en el Banco Solidario S.A., considerada la primera entidad bancaria en el país y en el mundo dedicada a la atención de las necesidades financieras de grupos consignados entonces en el “sector informal”: microempresarios, pequeños comerciantes, trabajadores por cuenta propia, artesanos y pequeños productores agropecuarios, etc.

Eran sectores de la población completamente nuevos para la tecnología financiera; entre éstos, uno conformado por mujeres vendedoras. El primer año de PRODEM, el 85% de sus clientes eran vendedoras de frutas y verduras.

La clave del éxito de esta iniciativa fue la garantía del grupo solidario, basado en la tradición de asistencia recíproca, que se ajustaba adecuadamente a los valores culturales de la población atendida, por lo que sería de gran utilidad para el cumplimiento de los objetivos planteados.

La creación de un sistema financiero que permitiera a estos sectores el acceso a créditos fue para PRODEM un desafío que no tenía precedentes y fue el precursor de un modelo que combinó el sistema de atención a sectores populares, con una tecnología crediticia adecuada a esas necesidades.

No obstante, dado que una ONG que funcionaba con donaciones, subsidios y líneas de crédito externas no le estaba permitido captar ahorros del público, por esta razón, a los pocos años de PRODEM su Directorio asumió el reto de convertir a esta entidad en un banco comercial que cumpla con todos los requisitos que exigía la entonces Superintendencia de Bancos y el objetivo era seguir atendiendo la demanda a partir de una estructura adecuada para esos fines. Esa estructura se llamó Banco Solidario S.A., que en corto tiempo pasó a llamarse BancoSol.

Prodem, que empezó a operar en 1986, había logrado concentrar para 1992 a más de 17 mil clientes en La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz, con una cartera que superaba los cuatro millones de dólares.

Quedaba claro que la real fuerza radicaba en la voluntad de trabajo de los prestatarios de más bajos recursos del país. Se derrumbaba el mito de que a ese sector no se le podía prestar dinero, porque –supuestamente– no lo sabían administrar y menos pagarlo.

Se había descubierto que dicho sector, marginado del crédito financiero, estaba conformado por gente muy trabajadora, voluntariosa y emprendedora. Se constató que en Bolivia hay un emprendimiento en cada esquina.

Luego de un riguroso análisis, BancoSol fue constituido el 11 de diciembre de 1991, con el objetivo de fomentar el ahorro interno, apoyar al microempresario autoempleado y la creación y el desarrollo de la microempresa.

De PRODEM se aprendió que cuando se generan vínculos adecuados con esos emprendedores, ellos se convierten en verdaderos y grandes empresarios. De esa manera, nació Banco Solidario S.A., que inauguró sus actividades en la calle Nicolás Acosta Nº 289, un lunes 10 de febrero de 1992.

BancoSol abrió sus puertas al público ofreciendo a sus clientes créditos en moneda nacional bajo la modalidad de “crédito solidario”, que obligaba a los prestatarios a congregarse en grupos de tres a siete personas para garantizarse entre sí de manera mancomunada, en una experiencia que marcó un hito en el campo de las finanzas en el mundo entero.

Otra característica de esta modalidad era la secuencialidad de estos créditos, pues el monto de cada crédito crecía en función al historial de pago de los clientes y a su capacidad productiva.

Durante sus primeros 10 meses, BancoSol inauguró siete sucursales en La Paz, El Alto y Santa Cruz. El número de clientes alcanzaba a 26 mil con préstamos que promediaban los Bs 1.400 (unos 340 dólares de entonces).

Al cierre de esa gestión, y a contrapelo de los vaticinios negativos, la utilidad de BancoSol era de Bs 512.720 (\$us 125.359), lo que en esas circunstancias representaba un éxito rotundo, equivalente a una rentabilidad de 2,63% sobre el patrimonio.



Cleto Tolava  
Antigüedad: 2 años, Sucre



Victoria Velasco  
Antigüedad: 5 años, Oruro



Omar Villca  
Antigüedad: 16 años, Santa cruz





Mercedes Balcázar  
Antigüedad: 20 años, Santa Cruz



Toribio Paredes  
Antigüedad: 11 años, El Alto

### El primer Presidente del Directorio

El primer Presidente del Directorio de BancoSol fue Dn. Fernando Romero Moreno; el Primer Vicepresidente, que reemplazó a Romero durante la gestión de 1993, fue D. Julio León Prado, quien tuvo a su cargo la formulación de las principales políticas financieras de la institución, que tuvo el respaldo de los primeros accionistas del banco, entre ellos Acción Internacional, Banco Boliviano Americano S.A., Banco Industria S.A., B.H.N. Multibanco S.A. y otros.

A diez meses del inicio de sus operaciones, BancoSol contaba con una planilla de 147 empleados, distribuidos entre la Oficina Nacional (19 empleados), Regional La Paz (49 empleados), Regional El Alto (35 empleados) y Regional Santa Cruz (44 empleados).

Los resultados de ese equipo fueron muy alentadores, por cuanto los mismos se tradujeron en la creación de un clima de confianza, transparencia y sinceridad con los clientes. BancoSol es la victoria de miles de ciudadanos que creyeron en el trabajo mancomunado.

### El crédito solidario

El crédito solidario fue el primer producto crediticio y, al mismo tiempo, fue lo que le dio personalidad a BancoSol, marcando un hito en la historia financiera del país y que cumplió un importante rol en el desarrollo de las microfinanzas, por cuanto revolucionó el concepto de crédito en el país.

El mecanismo no requería garantías hipotecarias o garantías reales para obtener un crédito y no se evaluaba al cliente por lo que tenía en patrimonio, sino por lo que podía pagar para afrontar sus compromisos. Sin embargo, los montos de los créditos no eran elevados.

Esa revolucionaria tecnología plasmó la verdadera esencia de BancoSol, porque promovió la confianza mutua. Los clientes reunidos por grupos se ayudaban entre ellos, porque cuando uno no podía pagar, el resto lo hacía y luego se ponían de acuerdo entre ellos.

Muchos de ellos, según BancoSol, hoy son prósperos empresarios. En ese tiempo, la entidad logró consolidar relaciones estrechas con muchas personas que hoy han pasado a formar parte de su cartera de clientes, de los que muchos de ellos han escrito el destino de la institución financiera.

### Confianza, la clave del éxito

Una de las herramientas para lograr esto fue el asesoramiento especializado, recogiendo gran parte de las experiencias logradas por Prodem. En este proceso de asesoramiento personalizado, se logró que los clientes sientan su propia capacidad para obtener un crédito y para poder pagarlo.

Este modelo de asesoramiento especializado logró generar oportunidades para los emprendedores, basado específicamente en la ayuda a sus clientes a recuperar la confianza en ellos mismos. “El cliente recibía asesoramiento, no solamente de cómo pagar su

crédito, sino de cómo generar más utilidades”, recuerda Jaime Zegarra, ejecutivo de BancoSol.

Muchos de los clientes también tomaron conciencia de su capacidad de pago y generaron una especie de cultura de estados financieros, lo que les permitió saber cuánto ganaban, cuando invertir, etc.

Esta labor, realizada a lo largo de 26 años, le deparó a BancoSol una serie de premios, galardones y reconocimientos, entre los que destacan el Premio a la Excelencia en Microfinanzas otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo, el máximo galardón otorgado a las instituciones dedicadas a este rubro. La visión pionera de BancoSol mereció también un reconocimiento de la Reina Sofía de España el año 2007.

### La diferencia en la vida de la gente

La mayor gratificación de BancoSol fue el haber marcado la diferencia en la vida de las personas, rompiendo la frialdad característica de los bancos tradicionales a partir de un acercamiento cálido y humano con la gente de escasos recursos que estaba en pos de un emprendimiento y que podría generar éxitos empresariales y económicos.

Al finalizar la gestión de 1993, BancoSol asumió que una característica de la entidad sería su rápido crecimiento. En ese entonces, el banco ya prestaba sus servicios en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz a través de 20 agencias.

Este ritmo de expansión se hizo evidente en 1993, en un incremento de la cartera de préstamos en un 208,4%, equivalente a Bs 110,5 millones (24,7 millones de dólares), con un bajísimo nivel de mora: 2,9%. El número de prestatarios del banco ascendió a 45.000, aproximadamente, con un crecimiento del 74,1% respecto de la gestión anterior.

Estos indicadores mostraban que el objetivo de BancoSol había empezado a concretarse y que los clientes estaban cumpliendo con sus obligaciones en forma puntual, convirtiéndose en los mejores pagadores que los clientes de la banca tradicional.

Es así que el periodo comprendido entre 1992 y 1993 fue la etapa de crecimiento, expansión y reafirmación del modelo solidario, que sirvió para adecuar la tecnología a las necesidades de brindar un mejor servicio, con el fin de optimizar los recursos del banco y sentar las bases para enfrentar los desafíos del futuro.



Martha Vargas  
Antigüedad: 4 años, Santa Cruz



Antonio Quispe  
Antigüedad: 1 año, Cobija



Isabel Cabezas  
Antigüedad: 24 años, Santa Cruz





BancoSol Navidad



Miguel Villarroel  
Antigüedad: 3 años, Trinidad

Entretanto, las agencias de BancoSol seguían en crecimiento en todo el país, mientras que los clientes llegaban a 61.000, lo que representaba el 40% del total de los prestatarios del sistema financiero nacional.

### Los frutos de un intenso trabajo

BancoSol se había convertido en pionero en el mundo entero en el tema de microfinanzas, y en 1995 surgieron interesantes y exitosos intentos de varias entidades – principalmente ONGs– por incursionar en ese mercado.

Un año antes, la SBEF había realizado un revelador estudio sobre la oferta y demanda de servicios financieros, lo que evidenció la gran necesidad de contar con más entidades financieras reguladas, destinadas a la atención de sectores que no tenían cobertura en el sistema financiero tradicional.

En ese escenario, y en el marco de la Ley de Bancos y Entidades Financieras, el gobierno propició la creación de los Fondos Financieros Privados (FFP), a través del Decreto Supremo 24000, de 12 de mayo de 1995. El Estado había decidido ampliar el acceso al microcrédito y pasó a regular la actividad de los nuevos FFPs. El exitoso modelo creado e iniciado por BancoSol ya contaba con un marco legal para ser replicado a nivel nacional.

### El sombrío intervalo de la sobreoferta

La irrupción en el país de más entidades financieras dedicadas a las microfinanzas se explica por la creciente demanda de sectores que antes no tenían acceso a la

banca tradicional, porque los índices de mora eran bajísimos en este sistema y su alta rentabilidad resultaba atractiva.

De pronto, el concepto del microcrédito empezó a ser tergiversado y distorsionado a raíz de una expansión agresiva del microcrédito en el rubro de la vivienda, empresarial y el crédito de consumo sin controles, lo que derivó en una grave crisis de sobreendeudamiento, debido a errores, como el no haber tomado en cuenta la capacidad de pago de los clientes.

### Sobre mojado, llovido

Al sobreendeudamiento y deterioro de las microfinanzas, se sumó la crisis internacional, afectando principalmente a los sectores más empobrecidos, en especial al sector emergente de la economía que empezaba a levantarse desde la microempresa.

A principios de 1999, los prestatarios sobreendeudados, cuya capacidad de pago disminuyó en forma drástica, empezaron a organizarse en grupos para exigir mediante medidas de presión –huelgas de hambre– la condonación de las deudas adquiridas en años anteriores y cuestionando la forma de trabajo de las nuevas entidades financieras que ofrecían créditos de consumo.

Este sombrío panorama afectó al mercado microfinanciero de Bolivia, porque hubo una especie de relajamiento en la disciplina de pago de los clientes y, a su vez, un incremento en los niveles de mora.



## El nuevo siglo y sus desafíos

Al iniciar el año 2000, el fantasma de la crisis empezó a asomar nuevamente su rostro. El contexto internacional, caracterizado por una etapa recesiva en Europa, Japón y Estados Unidos, provocó una desaceleración por la contracción de la demanda interna y externa, la inversión privada disminuyó drásticamente y el desempleo aumentó, creando dificultades para el sistema financiero del país.

A nivel interno, el gobierno dictó medidas para enfrentar la crisis internacional, lo que afectó al mercado de las microfinanzas. A esto se sumó un cierre de fronteras, provocando retrasos en los clientes de BancoSol que trabajaban en la importación de productos.

Gran parte de los clientes de BancoSol incursionaron en la actividad del contrabando, abandonaron el país y dejaron sus créditos impagos. Esto elevó los índices de mora y obligó al Banco a asumir medidas contundentes para revertir la situación.

Se propusieron cambios, un reordenamiento interno y acciones innovadoras para hacer frente a una creciente competencia, a la merma de utilidades y problemas internos del Banco.

## Decisiones para enfrentar el siglo XXI

Un primer paso fue la contratación de un gerente cuyo perfil, necesariamente, debería permitirle tomar decisiones que se contrapusieran a la tradición de BancoSol. Hasta ese momento, la política de la entidad era no contratar profesionales que hayan estado vinculados a la banca comercial o tradicional.

Es así que en mayo del año 2000, Kurt Koenigsfest se hizo cargo de la Gerencia General de BancoSol, con la misión de conformar un nuevo equipo acorde a la decisión de cambios y la de realizar un diagnóstico serio y profundo.

Hubo reacciones contrarias a los cambios y, por ello, con el equipo anterior hubiera sido difícil llevar a cabo los cambios necesarios.

## Diagnóstico negativo

A seis meses del ingreso del nuevo equipo, Koenigsfest presentó los alarmantes resultados del diagnóstico, los que no guardaban relación con los que los accionistas estaban acostumbrados a escuchar y no es que los resultados



Fernando Choqueguanca  
Antigüedad: 7 años, Oruro



Cristina Vedia  
Antigüedad: 1 año, Sucre



Valerio Cruz  
Antigüedad: 4 años, Santa Cruz

anteriores estuvieran mal realizados, sino que era el corolario de un manejo que no estaba de acuerdo a los cambios suscitados en el mercado financiero.

Los problemas del Banco eran más serios de lo que sus máximas autoridades pensaban; los gerentes regionales trabajaban por su propia cuenta. Cada gerencia regional era una especie de “banco en sí mismo”, porque fijaba sus propias reglas de juego. Parecían cinco bancos autónomos.

Frente a este panorama desolador, resultaba imperioso llevar a cabo cambios drásticos, pues de por medio estaba la propia supervivencia de BancoSol. No iba a ser una tarea fácil, pero el proceso renovador, contra todo pronóstico, tomó dos años y medio y no cinco, como se había estimado en un principio.

Las decisiones adoptadas fueron de tipo principista, económicas y administrativas, con el propósito de hacer que BancoSol sea realmente un banco, reorganizándolo en su totalidad, lo que derivó en una serie de medidas, como el despido de más de 300 funcionarios a nivel nacional.

La oportuna aplicación de políticas bien definidas y al decisivo trabajo de la nueva administración, BancoSol mantuvo su calificación de riesgo A+ y la prensa especializada lo catalogó como el segundo mejor banco de todo el sistema nacional.

### La segunda decisión del siglo XXI

Otra de las grandes decisiones fue la de reemplazar el crédito solidario, con el que se logró no sólo posicionar al Banco, sino también crecer a un ritmo superior en los primeros años de vida.

Si no se llevaba a cabo esta decisión, BancoSol hubiera sucumbido a la voracidad del mercado. Una parte del Directorio estaba de acuerdo en migrar hacia el crédito individual, la otra parte estaba en total desacuerdo por el riesgo de la posible vulneración del principio social que impulsó el éxito de la entidad.

No había mucho que elegir y el Directorio optó por migrar al crédito individual, aun sin tener a la gente capacitada adecuadamente para filtrar el riesgo desde el punto de vista bancario. En otras palabras, la anterior

administración no quería migrar porque no sabía trabajar en el crédito individual.

En ese sentido, el banco pasó del crédito solidario en 1992, a ofrecer siete productos distintos en 2001, por cuanto el crédito solidario fue el que sufrió el mayor decrecimiento.

El Banco realizó una serie de mejoras en la política crediticia en el marco de la normativa vigente en ese año (2001) y del plan operativo y estratégico. Se lanzaron nuevos servicios al mercado, como la posibilidad de hacer giros y transferencias entre Bolivia y Argentina.

### 10 años de vida

Cuando Bancosol cumplió su primera década al servicio de sus clientes, tenía la certeza de que se habían cumplido con sus objetivos institucionales. Si bien por diversas causas el crédito solidario había ido perdiendo popularidad en forma paulatina, lo cierto era que el dinamismo del mercado exigía diversificar la oferta, especialmente en las entidades de microcrédito. Es cierto que el problema del sobreendeudamiento había afectado el concepto de garantía grupal –probablemente por temas de desconfianza y cambio de prioridades por parte de los clientes–, por lo que se insistió en afianzar las raíces de BancoSol respecto del microcrédito, vocación que se hizo patente en la misión y visión de la entidad financiera:

#### Misión

“Somos un banco que brinda la oportunidad de tener un mejor futuro a los sectores de menores ingresos mediante el acceso a servicios financieros integrales de alta calidad”.

#### Visión

“Ser líder, referente e innovador de las microfinanzas a nivel nacional e internacional, favoreciendo el desarrollo, progreso y calidad de vida de las personas con menores ingresos”.

## Uso de los canales alternativos

Había la creencia de que los clientes de microcrédito no usaban canales alternativos para hacer sus transacciones, como los cajeros automáticos o las tarjetas de débito, pero la realidad era otra. BancoSol era la entidad que registró la mayor cantidad de transacciones a través de estos canales a nivel nacional, superando notablemente las 2 millones de transacciones en estos canales.

## Sol Amigo, la innovación más aplaudida

Una de las innovaciones de BancoSol que fue más aplaudida por los clientes fue la atención en el lugar donde éstos vivían. La entidad decidió contratar cajeros del banco y poner una caja en cada punto: Sol Amigo, que consta de un cajero en el mercado de su propio barrio, en la peluquería, en un punto Entel o en una farmacia, donde poder hacer transacciones.

Al momento, BancoSol tiene más de 100 Soles Amigos a nivel nacional, en 47 puntos de atención instalados en pequeños negocios barriales.

## Agencias móviles

En el marco del concepto de acercar el Banco a los clientes, BancoSol puso en funcionamiento el nuevo concepto de agencias móviles, que operan desde un camión de ocho toneladas, acondicionado con todos los requisitos y servicios bancarios para llegar a zonas periurbanas y comunidades que no cuentan ni con agencias, ni con Sol Amigo.

BancoSol cuenta con tres agencias móviles en Cochabamba, Santa Cruz y El Alto, y está preparando seis agencias móviles para ampliar su cobertura.

## Seguiremos haciendo historia

Luego de hacer historia con los inicios del crédito solidario, primero con PRODEM, luego con Bancosol, como una entidad bancaria sólida, con una clientela nacional que hoy bordea los 650.000 personas en más de 20 años, el Banco seguirá haciendo historia en el mundo de las microfinanzas.



Sol Amigo



Agencia Móvil en El Alto



Personal de BancoSol





## **CONSULTORES DE SEGUROS S.A.**

Corredores y Asesores de Seguros  
prestamos servicios de intermediación de seguros





Consultores de Seguros S.A. Santa Cruz de la Sierra



Consultores de Seguros S.A. Sucre



Consultores de Seguros S.A. Tarija



Consultores de Seguros S.A. Cochabamba

# SEGURIDAD TOTAL



Comité de Gerencia Consultores de Seguros S.A.



Jorge Suño Iturry  
Presidente

La visión empresarial con la que se creó CONSULTORES DE SEGUROS S.A. ha sido y sigue siendo el ser una entidad innovadora en la administración de los riesgos a los que están sujetas las propiedades o las vidas de las personas de la vasta cartera de clientes que han depositado su confianza en nuestra empresa, los cuales, en su mayoría, nos acompañan desde el primer día de trabajo.

### Consultores de Seguros S.A.

Ha aportado eficientemente al mercado de seguros boliviano con la transferencia de riesgos altamente mejorados y con un diseño técnico que ha permitido tener resultados altamente rentables para los clientes y las aseguradoras.

En cuanto a la proyección de nuestra empresa para los próximos diez años, vemos una consolidación efectiva en el mercado, priorizando siempre el servicio personalizado, el mismo que además de ser oportuno, debe ser eficiente.

Para CONSULTORES DE SEGUROS S.A. es tan importante el CLIENTE INTERNO como el CLIENTE EXTERNO. Nos interesa que al interior de las más de 110 personas que trabajan con nosotros se genere un clima de perfecta armonía y capacidad de compartir una vida laboral productiva para la empresa y fundamentalmente para su vida familiar, razón por la cual es que nos ocupamos permanentemente del bienestar de cada uno de los miembros de la familia laboral que nos rodea.

Por otro lado, nos hemos propuesto la más alta capacitación en el personal que opera técnicamente en CONSULTORES DE SEGUROS S.A., desde la posibilidad de contar con la formación profesional complementaria en la administración del riesgo en entidades tan importantes como el COLLEGE OF INSURANCE de Nueva York, dependiente de SAINT JOHN'S UNIVERSITY, Maestrías en Seguros en la UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR, Masters Universitarios de Seguros y Gerencia de Riesgos, Maestría en Gestión y Técnica de Seguros dictados por la FUNDACIÓN MAPFRE y la UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA EN MADRID, ESPAÑA, Maestrías en Gerencia Aseguradora y Seguros Personales del Formato Educativo GADEX



también en España. Asimismo, tenemos la suerte de contar con muchos graduados como Técnico Superior de IDEA en convenio con la UCB y tener además Profesores y Catedráticos en la UCB y en IDEA.

### Consultores de Seguros S.A.

Nace ante la necesidad de independencia de un grupo societario de una organización bancaria donde iniciamos las tareas del corretaje de seguros como parte corporativa del mencionado grupo, por entonces, y al ver que los intereses del grupo eran distintos, un 4 de marzo de 1992 se inicia una travesía basada fundamentalmente en la vocación de servicio a la comunidad empresarial de Bolivia y rápidamente nos desarrollamos con presencia en las ciudades de Santa Cruz de la Sierra, Cochabamba, Sucre y Tarija.

Como todo inicio, el entusiasmo que nos llena el espíritu empresarial nos lleva de manera inmediata a resolver desafíos con todos los clientes que siempre habían confiado en nuestras capacidades, tarea que nos lleva a poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en los mercados aseguradores en países como Estados Unidos de América, Inglaterra, Alemania, Argentina, Perú, Colombia y Chile.

El crecimiento de la cartera nos proporciona oportunidades de compartir experiencias y clientes con WACOLDA S.A., un corredor profesional de seguros con operaciones en Colombia, Perú y Ecuador que tiene su origen alemán en 1814 bajo la denominación WESSELHOEFT, AHLERS & SCHUES, así como también contamos con una alianza comercial con AGENCIAS BRINER de Chile, empresa fundada en 1931. Estos relacionamientos muestran que hemos estrechado vínculos técnicos y comerciales con empresas de largo raigambre en la actividad de Corretaje de Seguros.

Si debemos definir en breves palabras lo que CONSULTORES DE SEGUROS S.A. significa en nuestra vida personal y familiar, hay una sola conclusión: ES EL RESULTADO DE



Departamento Comercial  
La Paz



Operaciones  
La Paz



Operaciones Especiales  
La Paz



Seguros Humanos  
La Paz



Departamento de Calidad  
La Paz

NUESTRO ESFUERZO, DEDICACIÓN, ÉTICA, HONESTIDAD, CAPACITACIÓN, LEALTAD y CORAJE, con el apoyo incondicional de una familia unida que busca extender sus brazos para brindar protección a todos quienes trabajan en forma directa e indirecta con nuestra Empresa.

### Consultores de Seguros S.A.

Más conocida como CONSEGSA, se inicia con cinco personas allá a inicios de marzo de 1992, de las cuales tres siguen trabajando en la empresa. Estas mismas personas iniciaron su vida laboral en seguros en octubre de 1975 en la Compañía Boliviana de Seguros S.A., lo que hace que sean tres pilares de lo que es la amistad y lealtad a toda prueba. Luego de un inicio muy laborioso, hemos logrado ser los mejores en lo que hacemos, esto lo decimos con mucho orgullo ya que hemos sido así reconocidos por muy importantes clientes y, lo que es muy importante, por las mismas Aseguradoras.

### THE BIZZ AWARD

#### Una distinción internacional que nos honra

La permanente preocupación de CONSEGSA por brindar servicios de alta calidad a nuestros clientes y aseguradores, es una constante que se ha convertido en una especie *—por así decirlo—* de “cultura institucional”.

Tanto sus directores como ejecutivos, funcionarios y empleados a nivel nacional, nos empeñamos cotidianamente por satisfacer eficiente y oportunamente las mínimas necesidades de los clientes, beneficiarios y aseguradores que nos honran con su confianza, ya sea que operen con nosotros desde la misma apertura de nuestra empresa o que nos hubieran incorporado como sus Corredores de Seguros en épocas más recientes.

En CONSEGSA sabemos que esta “actitud de trabajo” se refleja fuera de nuestra empresa y que genera juicios de valor y puntos de referencia en la comunidad de negocios de nuestro país y del exterior, generando en este caso específico la placentera y agradable sorpresa de haber sido honrados con el “THE BIZZ AWARD 2009” auspiciada por la conocida World Confederation of Businesses - Worldcob (Confederación Mundial de Negocios), con sede en la ciudad de Houston, Estados Unidos, entidad que, dentro de sus procedimientos y metodologías internas para la adopción de estas decisiones empresariales, efectuó un cuidadoso análisis e investigación de mercado y encuestas “on line” a importantes clientes, proveedores e instituciones, amén de sendas consultas especializadas con entidades privadas que aglutinan al comercio y a la industria con las que CONSEGSA opera, trabaja y se relaciona profesionalmente tanto en Bolivia como en el exterior.

La decisión de conceder el “THE BIZZ AWARD 2009” a nuestra empresa se fundamentó en cuatro principales aspectos, respecto a los cuales nuestra empresa obtuvo superiores niveles de desempeño, reflejo, seguramente, de esa “cultura institucional” que mencionábamos líneas arriba:

- Alta calidad en nuestros servicios.
- Creatividad empresarial.
- Crecimiento sostenido de CONSEGSA a lo largo de los años.
- Posicionamiento de marca en el mercado.

En el pasado próximo hemos logrado una importante meta que nos habíamos trazado desde el inicio de nuestras operaciones: ser los mejores Corredores de Seguros, y si bien no necesariamente los más grandes son los mejores, por ello hemos logrado la importante certificación de un sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 otorgado por IRAM - Argentina, organización que pertenece a IQNET - The International Certificatin Network, el año 2013, siendo a la fecha la única empresa del rubro asegurador en nuestro país que tiene certificados “todos” sus procesos por segundo año consecutivo.

El elevado compromiso por parte de la Alta Dirección con el desarrollo e implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, ha sido evidenciado durante las auditorías de certificación, considerando aquello como una de las fortalezas detectadas.



Cobranzas  
La Paz



Departamento de Sistemas  
La Paz



Contabilidad





Entrega de la certificación ISO 9001 por parte del representante de IRAM en Buenos Aires, Argentina



El proyecto tuvo su inicio en agosto de 2012, en el cual se han realizado distintas actividades:

- Se ha conformado un Comité Multidisciplinario de Calidad, con quienes se ha desarrollado la política, los objetivos y los Indicadores de calidad.
- Se ha realizado el mapeo de todos los procesos con los que cuenta CONSEGSA, identificando su interrelación.
- Se ha trabajado con todas las áreas para la realización de toda la documentación obligatoria y complementaria necesaria por cada proceso identificado.
- Se han realizado varias capacitaciones respecto a la implementación del SGC y los fundamentos del concepto de la Calidad a partir de sus 8 principios.
- Se cuenta con un equipo multidisciplinario de 10 auditores internos, quienes han sido capacitados por parte de IBNORCA.
- Se ha desarrollado un Portal específico del Sistema de Gestión de Calidad para la revisión de todos los procedimientos establecidos, además de la descarga de los registros de uso.

### Políticas éticas de Consultores de Seguros S.A.

- Proteger la alta dirección de riesgos y posibles penalizaciones. Los altos directivos son, en último término, los responsables de las actuaciones que se lleven a cabo en nombre de CONSEGSA.
- Responder a presiones de grupos de interés (stakeholders), es decir: a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se vean afectados por las decisiones de CONSEGSA.
- Reforzar el cumplimiento de normas. Es la voluntad de que todos en CONSEGSA cumplan un conjunto de normas, evitando todo aquello que puede calificarse como delito, así como otras normas de conducta que van más allá de lo estrictamente prohibido por la ley.
- Implantar o mantener un conjunto de valores en la cultura empresarial. Este motivo es especialmente importante cuando se descubre la importancia de dirigir tomando como base un conjunto de valores clave compartidos por quienes forman parte de nuestra organización.

- Contribuir al desarrollo de la excelencia humana de los empleados. La calidad ética de CONSEGSA depende, en último término, de la calidad humana de quienes la integran y esto exige no sólo asumir valores, sino auténticos valores humanos y convertirlos en un hábito de conducta. En la medida en que las políticas de ética empresarial puedan favorecer al desarrollo de la excelencia humana, ése será también un motivo para su implantación.
- Como estrategia, estamos orientados a evitar comportamientos que comprometan nuestra función principal de servicio; por lo tanto, se debe:
- Subordinar los intereses propios a los de CONSEGSA cuando actúen en nombre y representación de ésta y no utilizar los activos sociales en su propio beneficio salvo con la debida transparencia, previa la autorización del superior pertinente y mediante la contraprestación que sea adecuada en el mercado.
- Comunicar inmediatamente a la administración cualquier hecho o situación que pudiera suponer o llegar a ocasionar un conflicto entre el interés de CONSEGSA y el particular del administrador o directivo, y abstenerse de intervenir en su resolución.
- Facilitar la transparencia y el control de sus retribuciones de modo que se garantice su adecuación a su nivel de responsabilidad y desempeño y a las características de CONSEGSA.
- Mantener la confidencialidad de los antecedentes, datos y documentos a los que tengan acceso por razón de sus funciones en CONSEGSA, incluso después de haber cesado en ellas.
- Hacer frente al pago y cumplimiento de las deudas y obligaciones de CONSEGSA sin dilaciones ni incumplimientos injustificados y proceder al cobro de sus créditos con la diligencia que el caso requiera.



Archivos  
La Paz



Mensajería  
La Paz



Recepción  
La Paz



Departamento de Reclamos  
La Paz

- Elaborar y mantener vigente un plan de sucesión en los puestos clave de CONSEGSA, de modo que la continuidad de ésta no dependa de la permanencia de ningún ejecutivo ni directivo.
- Elegir a sus colaboradores y subordinados con arreglo a los principios de mérito y capacidad, procurando únicamente el interés de CONSEGSA.

La constante preferencia de nuestros clientes es ciertamente un motivo de legítimo orgullo y, sobre todo, un acicate para continuar mejorando y especializando nuestros servicios de Corretaje de Seguros y otros aliados, con el irrenunciable objetivo de ser los mejores en nuestro ramo, incentivo diario que nos anima a realizar todo lo que tenemos en mente en el constante proceso de superación de nuestra compañía de la mano de la gran capacidad humana de esta gran familia que es CONSEGSA.

La misión de Consultores de Seguros S.A. es constituirse, tanto en Bolivia como en el exterior, en la mejor empresa de su ramo: seguros, administración de riesgos, consultoría y asesoría especializada, además de cualquier otro tipo de servicio relacionado con el Corretaje de Seguros.

En CONSEGSA materializamos cotidianamente ese objetivo a través del esfuerzo conjunto de nuestros empleados y ejecutivos, intensamente dedicados en todo lo que hacen al beneficio de nuestros clientes y de sus intereses; es tal nuestro interés, que ese ímpetu que nos acompaña hace que seamos innovadores en muchas herramientas de administración para nuestros clientes, en muchas soluciones integrales a sus necesidades y productos que están siempre un paso más adelante de la sana competencia.

Con este expreso propósito, en CONSEGSA estamos permanentemente consagrados a observar los más altos niveles éticos y morales en la atención y manejo de toda nuestra estructura de negocios, en la preservación de nuestra independencia empresarial y en el cuidado de nuestros recursos humanos, a quienes les dotamos altos niveles de capacitación a nivel nacional y también internacional.



CALIDAD



REG. ITTC5-16

### CERTIFICADO DE SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Reg. N° EC-229113

Certificamos que el Sistema de Gestión de la Calidad de CONSULTORES DE SEGUROS S.A.



Av. Sánchez Lúna 2231 - (11947) - Sucre - La Paz - Bolivia  
Calle Los Gobernadores 2 y No. 4000 Esquina Santa Cruz  
Calle España No. 181 Of. 201 Cochabamba  
Calle Clafeta No. 41 Sucre  
Calle Guabito Villarreal No. 651 Tarija

Cumple con la norma de Gestión de la Calidad:

**NB/ISO 9001:2008  
ISO 9001:2008**

Sistema de Gestión de la Calidad - Requisitos

El Sistema de Gestión de la Calidad se aplica a:

**"Prestación del servicio en el asesoramiento e intermediación de contratos de seguros con oficina central en La Paz y oficinas regionales en Cochabamba, Santa Cruz, Sucre y Tarija"**

Validez del certificado: 2013-09-29 al 2016-09-28  
Fecha de otorgamiento: 2013-09-27

Presidente

Dirección Ejecutiva



www.ibnorca.org

IBNORCA - Instituto Boliviano de Normalización y Calidad - Calle Bolivia Esquina Clafeta - La Paz - Sucre



IRAM certifica que  
**CONSULTORES DE SEGUROS S.A.**

Av. Sánchez Lúna 2231 - (11947) - Sucre - La Paz - Bolivia  
Los Gobernadores 2 y No. 4000 Esquina Santa Cruz - Santa Cruz de la Sierra - Bolivia  
España 181 - Of. 201 - Cochabamba - Cochabamba - Bolivia  
Calle Clafeta 41 - Sucre - Samuel Groposo - Bolivia  
Guabito Villarreal 651 - Tarija - Cochabamba - Bolivia

gestiona un Sistema de Gestión de la Calidad que cumple con los requisitos de la norma

**ISO 9001:2008**

Cuál es el servicio:  
Prestación de servicio de asesoramiento e intermediación de contratos de seguros con oficina central en La Paz y oficinas regionales en Cochabamba, Santa Cruz, Sucre y Tarija.

Certificado de Registro N° 000-0118  
Vigencia Desde: 09/2013  
Hasta: 09/2016



Este certificado es válido siempre que el certificado mantenga su vigencia, se mantenga la Calidad.

Dirección de Certificación

Dirección de Certificación



IRAM es miembro de la Asociación Internacional de Organismos de Certificación de Sistemas de Gestión (IAO) y de la Asociación Boliviana de Organismos de Certificación de Sistemas de Gestión (ABOCSG).

CERTIFICADO DE SISTEMAS DE GESTIÓN



### CERTIFICATE

IONet certifies that the organization  
**CONSULTORES DE SEGUROS S.A.**  
Av. Sánchez Lúna 2231 - (11947) - Sucre - La Paz - Bolivia  
Los Gobernadores 2 y No. 4000 Esquina Santa Cruz - Santa Cruz de la Sierra - Bolivia  
España 181, Of. 201 - Cochabamba - Cochabamba - Bolivia  
Calle Clafeta 41 - Sucre - Samuel Groposo - Bolivia  
Guabito Villarreal 651 - Tarija - Cochabamba - Bolivia

for the following field of activities  
Consultancy and brokerage services related to insurance policies provided at headquarters in La Paz and branches in Cochabamba, Santa Cruz, Sucre and Tarija

has implemented and maintains a  
**Management System**  
which fulfills the requirements of the following standard

**ISO 9001:2008**  
Issued on: 2013-09-22  
Validity date: 2016-09-22

Registration Number: AR-05-3118

Michael Chernoff  
President of IONet

Ing. Wilson Geronzi  
Certification Director IRAM



IONet is a member of the International Association of Certification Bodies (IACB) and the International Organization of Standardization (ISO). IONet is also a member of the International Association of Registrars (IAR) and the International Association of Registrars and Certifiers (IARC). IONet is a member of the International Association of Registrars and Certifiers (IARC) and the International Association of Registrars and Certifiers (IARC).

Instituto Boliviano de Normalización y Calidad  
Módulo: 101  
CORAF  
CIV



Fecha de la Nueva Referencia:  
2013-09-27 2013-09-27

Señores:  
Lic. Carlos Mestas  
Gerente General  
**CONSULTORES DE SEGUROS S.A.**  
Sucre.



REF.: Otorgamiento de la certificación ISO 9001:2008

De acuerdo con lo siguiente:

Mostrando la presente (norma), a los (informes) que, en base a la documentación suministrada por el cliente de Certificación, en fecha 2013-09-25 y a la revisión de la documentación necesaria, se le otorga el Certificado IBNORCA del Sistema de Gestión de la Calidad, conforme a la norma ISO 9001:2008, a la organización, Certificada que se describe con el registro N° EC-229113 a nombre de:

**CONSULTORES DE SEGUROS S.A.**

Para el espacio:

"Prestación de servicio de asesoramiento e intermediación de contratos de seguros con oficina central en La Paz y oficinas regionales en Cochabamba, Santa Cruz, Sucre y Tarija."

Aprobando la conformidad de sus servicios, instalaciones y personal de la organización.

Se le otorga el presente certificado y se le hace legal por las certificaciones por las siguientes:

Ing. Wilson Geronzi  
DIRECTOR EJECUTIVO

Este certificado es válido siempre que el certificado mantenga su vigencia, se mantenga la Calidad. Este certificado es válido siempre que el certificado mantenga su vigencia, se mantenga la Calidad.

# Certificaciones obtenidas





**HIDROELECTRICA  
BOLIVIANA S.A.**

**APOSTANDO SU ENERGÍA POR BOLIVIA**









Planta y reservorio de Chojlla



Interior de planta antigua

Fundada en 1996, Hidroeléctrica Boliviana S.A. (HB) es una empresa 100% boliviana y privada, creada con el objetivo, mediante el aprovechamiento de recursos renovables, de fortalecer la oferta de energía eléctrica en el Sistema Interconectado Nacional (SIN), que a 2014 enlaza a ocho de los nueve departamentos de Bolivia, en las condiciones establecidas por la legislación aplicable. Este objetivo se plasma mediante la implementación del Complejo Hidroeléctrico del Río Taquesi, desarrollado y construido entre 1998 y 2002 y en operación desde el 19 de junio de 2002.

La empresa no surgió del proceso de “capitalización”, por el que se dispuso a favor de otros agentes los otrora activos estratégicos del Estado en el sector, últimamente recuperados para el patrimonio nacional, sino que nació de la visión de un grupo de emprendedores seducidos por la prodigalidad de los Yungas y el deseo de contribuir al desarrollo sostenible del país, para lo que se propusieron el uso de recursos naturales renovables en lugar de los abundantes pero no renovables y más contaminantes recursos hidrocarburíferos del oeste y el sur de Bolivia. Esos emprendedores nacionales formaron HB en 1996 para desarrollar el que fuera el Proyecto de Aprovechamiento Hidroeléctrico del Río Taquesi y sus Afluentes, en el municipio de

Yanacachi, Provincia Sud Yungas del Departamento de La Paz. Posteriormente, se sumó al esfuerzo la norteamericana TENASKA INT. LLC., que adquirió la mayoría del paquete accionario de HB. Una vez obtenido el título habilitante de la entonces Superintendencia de Electricidad, hoy Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad, HB procedió al desarrollo y la construcción del Complejo Hidroeléctrico del Río Taquesi.

El Aprovechamiento Hidroeléctrico del Río Taquesi fue concebido y ejecutado en dos fases. La primera consistió en la adecuación y operación de una planta hidroeléctrica del tipo paso de agua construida a principios del siglo XX para alimentar de electricidad a la mina Chojlla, donde aún se explota tungsteno y estaño. El enlace de esta planta al SIN se verificó en 1998, desde cuando se halla en servicio inyectando toda su producción a dicho sistema. La Segunda Fase del proyecto consistió en la construcción de dos nuevas plantas de generación de electricidad, del tipo paso de agua con capacidad de regulación hidráulica diaria. La ejecución de esta fase se inició en 1998, a través de un contrato “llave en mano” del tipo EPC (siglas en inglés de Ingeniería, Suministro y Construcción) firmado con el consorcio Black & Veatch / Colenco, de EE.UU. y Suiza, respectivamente. Desde el 19 de junio de 2002, las plantas Nueva de Chojlla

y Yanacachi Norte se hallan en Operación Comercial, inyectando la totalidad de su producción al SIN. Los casi 90 [MW] de capacidad instalada con que cuentan las plantas de HB fueron en su momento el emprendimiento hidroeléctrico más grande desarrollado en una sola oportunidad en toda la historia del sector en Bolivia.

El proyecto fue financiado con recursos del sector privado en su totalidad. En su primera etapa, parte de ese financiamiento fue adquirido mediante la emisión de Bonos de Deuda de Largo Plazo que fueron colocados a través de la Bolsa Boliviana de Valores (BBV), en la que fue la mayor operación de emisión de bonos en la historia de Bolivia para un proyecto garantizado con sus propios flujos de efectivo futuros. En una segunda etapa, este financiamiento –obtenido mediante la emisión de Bonos– fue reemplazado por uno proveniente de una Titarización, aún vigente, también realizado a través de la BBV.

Las plantas de generación de la Segunda Fase del proyecto se hallan dispuestas en cascada con las siguientes características:

### Planta de Chojlla

El subsistema de generación de Chojlla cuenta con una presa de derivación y reservorio de regulación diaria sobre el río Taquesi en un lugar denominado Kacapi, por su cercanía a la comunidad del mismo nombre. Las aguas son derivadas del reservorio a un túnel y una tubería de presión superficial y de acero. La planta se halla en una terraza en la margen izquierda (mirando en la dirección de la corriente) del río Taquesi a la altura aproximada de la población de Chojlla y cuenta con una sola unidad turbina - generador Francis con una capacidad de alrededor de 39 [MW].

### Planta de Yanacachi Norte

El complejo de la planta Yanacachi Norte cuenta con una presa de derivación y reservorio de regulación diaria sobre el río Taquesi a la altura de la población de la Chojlla, inmediatamente aguas abajo del punto de restitución de aguas de la planta de Chojlla. Desde el reservorio, el agua



Planta Chojlla



Planta Chojlla  
Durante la construcción



Planta Yanacachi Norte





Interior de planta Chojlla



Vista de planta antigua

es conducida a través de un canal de presión, un túnel y una tubería de presión, externa y de acero, que se emplaza en una ladera en las cercanías de la localidad de Yanacachi. La casa de máquinas está situada en una terraza de la margen derecha del río Unduavi, al norte de Yanacachi. La planta está equipada con una unidad turbina - generador Francis de alrededor de 51 [MW] de capacidad.

El enlace de las dos anteriores plantas al SIN se logra a través de un sistema de transmisión en 115 [kV] que se conecta a la subestación de Pichu, en el mismo Municipio, desde donde la energía es transportada hacia el resto del sistema mediante líneas de transmisión de otras empresas del sector.

Adicionalmente, se ha implementado reservorios de regulación estacional en cuatro lagunas naturales en la parte alta de la cuenca del río Taquesi, que aseguran la oferta hidráulica en estación seca.

Anualmente, la energía producida por las plantas del complejo Taquesi representa más o menos el 6% toda la energía utilizada en el SIN, y casi una cuarta parte de la energía demandada en la ciudad de La Paz. El aporte de HB al SIN, y al sistema de La Paz y El Alto en particular, es crítico sobre todo entre los meses de mayo a octubre.

El alto grado de automatización de las centrales de generación del Complejo Hidroeléctrico del Río Taquesi hace que las tareas de operación y mantenimiento no sean intensivas en mano de obra,

pero sí requieren de personal altamente calificado. De esta manera, para cubrir las necesidades de personal en las áreas de operación, mantenimiento y administración, HB cuenta con algo menos de 50 profesionales bolivianos distribuidos entre el complejo y la oficina central.

Además de proporcionar los evidentes beneficios para la sociedad derivados de la fortalecida disponibilidad de energía, el proyecto aprovecha recursos renovables del occidente del país en un contexto en que la mayoría de los emprendimientos energéticos se basan en el uso de los combustibles fósiles que se hallan en los yacimientos de las regiones del oriente y sur de Bolivia, que lamentablemente en algún futuro se habrán terminado. Por otro lado, más allá de haber diseñado y operar el Sistema Hidroeléctrico del Río Taquesi con el objetivo de maximizar el beneficio social y en estricto apego no sólo de la reglamentación en general y la ambiental en particular, sino a sus propios valores de conservación del entorno natural y de los recursos, HB ha establecido e implementado una política de responsabilidad social que se ha constituido en ejemplo para otros agentes. En efecto, al haber instituido una organización sin fines de lucro, la Fundación Taquesi, HB tiene un brazo operativo para canalizar recursos que permiten la atención de necesidades en campos como la conservación ambiental, deportes, salud y producción del municipio de Yanacachi, donde se enclava el emprendimiento hidroeléctrico, así como



proporcionar un soporte para la mejora de la calidad de vida de la población, en coordinación y consulta con los actores sociales y personalidades principales del municipio, ejemplo vívido de lo cual ha sido la construcción y equipamiento de un moderno y completo Centro de Salud en Yanacachi, entregado a la HAM de la región en 2005, donde hasta entonces sólo había una posta desatendida y sin equipamiento, o los proyectos de apoyo a la producción de flores exóticas y coca orgánica ejecutados en más recientes gestiones, entre otros.

Asimismo, HB participó decididamente de aquellas actividades de intercambio solidario entre el sector eléctrico y la sociedad civil, como en el caso de la subvención que HB realiza de forma voluntaria desde el año 2003 al consumo de electricidad de los pobladores de bajos recursos en la tercera sección municipal de Yanacachi, una especie de adelantamiento a lo que ahora es la Tarifa Dignidad, en la que también HB participó de manera activa, tanto en las negociaciones como en la firma de los acuerdos que la hicieron posible.

Además de lo anterior, el más significativo impacto positivo de la operación del proyecto Taquesi, desde el punto de vista de su alcance, es quizás el referido al combate al calentamiento global. Por su naturaleza, la operación del Sistema Taquesi evita la emisión de gases de efecto invernadero que serían vertidos a la atmósfera por unidades termoeléctricas que operarían para alimentar de electricidad a la red en lugar de las unidades de HB.

**Fundación Taquesi, brazo operativo de las políticas de responsabilidad social empresarial de Hidroeléctrica Boliviana S.A.**

Fundación Taquesi es una institución privada y sin fines de lucro que destina y canaliza recursos humanos y financieros en beneficio de la población del Municipio de Yanacachi, en la Provincia Sud Yungas del Departamento de La Paz, a través de la colaboración en la atención de necesidades vinculadas a la zona en diferentes áreas, como ser: Salud, Educación, Producción, Medio Ambiente y Patrimonio Cultural.



Personal Hidroeléctrica Boliviana  
La Paz



Personal Hidroeléctrica Boliviana  
La Paz



Personal Hidroeléctrica Boliviana  
La Paz



Subestación Pichu, de enlace al Sin



Centro de Salud  
Kollaña Uta

La Fundación fue instituida por Hidroeléctrica Boliviana S.A. en 1999, en un esfuerzo por poner en práctica los valores de orientación al servicio y de solidaridad de la empresa, como fundación civil privada no lucrativa que obtendría y canalizaría recursos y apoyaría esfuerzos en beneficio de las comunidades del área de influencia del Proyecto Hidroeléctrico del Río Taquesi, en el Municipio de Yanacachi, a través de una genuina identificación participativa de proyectos y aprovechando las potencialidades de la región. Como brazo social de Hidroeléctrica Boliviana S.A., la Fundación Taquesi pretende que los habitantes del área de influencia del proyecto hidroeléctrico Taquesi se beneficien de la actividad del complejo.

Los objetivos de la Fundación Taquesi son, dentro de sus posibilidades y en el marco de sus procedimientos:

- Contribuir a la conservación ambiental en el área de influencia del Complejo Hidroeléctrico Taquesi.
- Participar en la preservación de los recursos históricos del área de influencia del Complejo Hidroeléctrico Taquesi.
- Apoyar a la mejora de la calidad de vida de los habitantes del área de influencia del Complejo Hidroeléctrico Taquesi.

El modelo de gestión de proyectos utilizado por Fundación Taquesi pretende recalcar el rol protagónico de las comunidades campesinas en el proceso de Desarrollo, buscando también:

- El impulso a las actividades productivas de manera participativa y sostenible (apoyo y capacitación agropecuaria, artesanal y turística).
- El mejoramiento de los servicios de salud (infraestructura, equipamiento, capacitación y campañas de prevención y curación).
- El reforzamiento de la educación de niños y adultos del Municipio (capacitación y material de apoyo a la educación básica, humana y ciudadana).
- Las mejoras de las condiciones de aprendizaje de los niños.
- La difusión de expresiones culturales.
- La promoción del desarrollo sostenible (difusión en producción ecológica y conservación del medio ambiente).
- La difusión del patrimonio cultural y promoción para su conservación.

### Actividades y proyectos en el área de la salud

Para mejorar la infraestructura, equipamiento y servicios en salud del municipio, Fundación Taquesi construyó el Centro de Salud Kollaña Uta (de segundo nivel), en el marco de un proyecto coordinado con el SEDES de la entonces Prefectura de La Paz, dirigido por la Dra. Nila Heredia, y el Gobierno Municipal de Yanacachi. El complejo comprende:

- Dos salas de internación de adultos, una



sala de prepartos, una sala de partos, una sala de internación de niños y recién nacidos, y una sala de enfermería, totalmente equipadas.

- Vestuario y baño para médicos.
- Consultorios médico y odontológico equipados con Rayos X y amoblado.
- Laboratorio de análisis equipado.
- Farmacia amoblada.
- Oficina de administración y un área de espera amobladas.
- Cafetería y cocina para el personal médico y pacientes.
- Sala de lavandería y planchado.
- Viviendas para el personal médico, totalmente equipadas.
- Baños públicos.
- Ambulancia 4 x 4 equipada.

Adicionalmente al proyecto del centro Kollaña Uta, la Fundación financió y realizó, entre otros:

- Equipamiento a las postas de salud del Municipio (estantes, mochilas de 200 litros, botiquines, campos de esterilización, etc.).
- Capacitación para médicos y enfermeras del Municipio.
- Capacitación para la población del Municipio.
- Campañas de dientes sanos a 15 unidades educativas del municipio.
- Campañas oftalmológica para todo el Municipio.
- Campaña de desparasitación a las 15 unidades educativas del municipio.
- Campañas ginecológicas a todas las mujeres en edad fértil del Municipio de Yanacachi.

## Actividades y proyectos en educación y deportes

El Municipio de Yanacachi cuenta con una Dirección Distrital de Educación, dos núcleos educativos y 16 unidades educativas, donde se trabaja con un sistema multigrado.



Centro de Salud  
Kollaña Uta



Campaña de dientes sanos



Distribución de regalos de Navidad  
para los niños de las comunidades





Textos de apoyo escolar  
Unidad Educativa Jorge Zalles



Identificación participativa de proyectos productivos

En el área de educación, hasta la fecha Fundación Taquesi realizó las siguientes actividades; entre otras:

- Talleres de actualización para docentes.
- Entrega de textos a las unidades educativas del Municipio.
- Financiación del comedor escolar Yanacachi y Florida.
- Dotación de catres y colchones para los niños del programa de hospedaje estudiantil del Municipio.
- Equipamiento completo del comedor Escolar de la Unidad Educativa Machacamarca, y cooperación para el almuerzo.
- Bibliotecas de aula y equipamiento de escuelas.
- Donación de material deportivo a todas las unidades educativas del Municipio (balones de voleibol, básquet y fútbol).
- Becas de estudios técnico medio en agroecología.
- Donación de computadoras y escritorios a la Central Agraria Única de Yanacachi y a la Comunidad de Florida.
- Seminarios: “Introducción a la Nueva Constitución Política del Estado” y “Control Social enfocado a Municipios”.
- Seminario “Renta Dignidad” disertado por la Autoridad Social y Fiscalización de Pensiones.
- Creación de una escuela de deportes, que funcionó en la comunidad de Sakhahuaya.

- Dotación de indumentaria deportiva y transporte para que alumnos del Municipio participen en los Juegos Deportivos Estudiantiles Plurinacionales “Evo Morales”, realizados en la localidad de Chulumani.
- Donación de premios a la primera competencia de motocicletas organizada por la Alcaldía Municipal de Yanacachi y apoyada por Fundación Taquesi.

## Actividades y proyectos del Área Producción

### Proyecto de Producción de Flores Exóticas

Con el objetivo de fortalecer y consolidar la cadena productiva de flores del Municipio de Yanacachi, a través de la generación de empleos, se ha brindado asistencia a los productores florícolas en nuevas técnicas de producción y de postcosecha, y financiamiento para la adquisición de semillas y otros insumos. El proyecto fue financiado en una primera fase por Fundación Taquesi, ACDI/VOCA y CARITAS BOLIVIANA, y en fases posteriores se contó también con la participación de FONADAL y el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, recibiendo los floricultores la visita de la Ministra del Sector y asistiendo luego al Palacio de Gobierno.

### Proyecto cultivo de tomate y racacha

Para incrementar la producción sostenible de alimentos, y aplicando enfoques participativos, el proyecto se ejecutó con agricultores de las comunidades de Ticuniri, Santa Rosa y Chahuara. Asimismo, incentivando la política de seguridad alimentaria del Gobierno, se inició la producción de racacha (tubérculo de gran valor en el mercado de La Paz) en la comunidad de Florida.

### Proyecto Producción de Miel

El proyecto trata de incrementar la producción de miel, mejorando las técnicas existentes y el capital humano para mejorar el nivel de ingresos de las familias. La Fundación donó colmenas estándares y otros necesarios para la producción de miel, así como brindar apoyo a los apicultores dotándoles de material apícola.

### Proyecto de apoyo al uso productivo de electricidad

Fundación Taquesi e Hidroeléctrica Boliviana S.A. desde 2003 cubren mensualmente una importante proporción del costo del consumo de energía eléctrica de cerca de más de 700 usuarios domésticos del Municipio de Yanacachi.

### Actividades y proyectos del área Preservación de los Recursos Históricos

Fundación Taquesi y la Dirección Nacional de Arqueología (DINAR) realizaron la catalogación de 178 piezas arqueológicas encontradas en el Municipio de Yanacachi. Los trabajos de prospección y sondeo estratigráficos determinaron la presencia de diferentes culturas en el Municipio de Yanacachi, confirmando la presencia de señoríos Aymaras, Cultura Inca y de la época colonial, además de la posible presencia Tiahuanacota. También se realizó el documental “La ruta de los brujos”, que valoriza la historia, cultura y el medio ambiente de la región del Municipio de Yanacachi.



Producción de flores



Personal Planta



Personal Planta

# 15 AÑOS CONECTANDO a los bolivianos



A la vanguardia en  
TECNOLOGÍA DE  
TELECOMUNICACIONES







Juan Pablo Calvo  
Gerente General

**Más de 2,5 millones de abonados activos en todo el país confirman a VIVA como una de las operadoras de mayor crecimiento.**

VIVA es una empresa integral de telecomunicaciones, la más joven de las operadoras móviles que opera competitivamente en los servicios de telefonía móvil (VIVA GSM), telefonía pública (Puntos VIVA), larga distancia (14 de VIVA) e Internet móvil e inalámbrico de banda ancha.

Desde 1999 ha acompañado el desarrollo de este sector en el país a través de la actualización y la renovación tecnológica permanente, para responder con un servicio de calidad al crecimiento exponencial de la demanda.

El ingreso al mercado de VIVA coincide con la introducción de tecnologías de vanguardia y, a partir de entonces, una de las características más importantes de su gestión empresarial ha sido convertir el uso de las telecomunicaciones en una experiencia única y sorprendente, con el propósito de que sus abonados puedan disfrutar y compartir de lo último en tecnología.

En un ámbito de permanentes desafíos, como es el de la telefonía y el Internet móvil, VIVA ha realizado las inversiones necesarias para crecer al ritmo del mercado. La evolución del número de abonados en un corto período de tiempo es realmente asombrosa.

De miles, a cientos de miles y ahora a más de 2,5 millones de usuarios que confían en nuestro servicio reflejan la magnitud del reto que asumimos como empresa y el compromiso que mantenemos para estar siempre a la altura de las expectativas de nuestros clientes.

### Hitos tecnológicos

En Bolivia, la historia de la telefonía móvil arranca a fines de los años ochenta, con el Sistema Telefónico Móvil Avanzado o AMPS, una red analógica que sólo transportaba voz a lugares no muy distantes (primero empezó sólo en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz).

Posteriormente, ya en los años noventa, la competencia digital para servicios de voz se inicia en el país y una de las operadoras introdujo —“con bombos y platillos”— el servicio de Acceso Múltiple por División de Tiempo o TDMA.

Ese servicio no mantuvo su hegemonía por mucho tiempo. En 1999, Nuevatel comenzó sus operaciones incorporando la última tecnología europea, el Sistema Global para las Comunicaciones Móviles o GSM 2G (cuya sigla originalmente viene del francés Groupe Special Mobile). Con este sistema, además, vino la tarjeta SIM o módulo de identificación del suscriptor, que no es más que el famoso chip, una especie de identidad relativa al dueño del número de celular, el mismo que puede migrar de teléfono en teléfono, junto con otros datos que son de interés del usuario (como la agenda de contactos). El poder pasaba así a manos de los clientes y usuarios que podían elegir el servicio que deseaban.

La primera experiencia de redes digitales para el traslado de datos fue el Servicio General de Paquetes vía Radio o GPRS. Este fue un hito muy importante, pues significó que sobre las plataformas ya montadas (este sistema ya existía desde los inicios de la década de los ochenta) se podía no sólo transmitir voz, sino datos a través de la telefonía móvil. Implicó el punto de partida de todo lo que conocemos hoy como SMS y el Internet móvil.

Desde entonces, la competencia ha sido vertiginosa. Las siglas de los sistemas mutaron con igual velocidad, quizás apenas un detalle de memoria para su recordación, pues lo que inauguró en realidad fue la competencia entre servicios que trasladaban una mayor cantidad de datos a una velocidad óptima.

El sistema EDGE fue el puente entre las redes 2G y 3G. El ejemplo más ilustrativo de esta transición fue el sistema BlackBerry.

Otro hito es el denominado 3G o tercera generación de transmisión de voz y datos a través de telefonía móvil mediante UMTS (Servicio Universal de Telecomunicaciones Móviles). Sus ventajas eran la velocidad, que alcanza a 384 Kbps por usuario móvil, a la que se suman los servicios multimedia y nuevas aplicaciones de banda ancha, tales como servicios de video-telefonía y video-conferencia. El próximo paso dado fue HSDPA / HSUPA, cuya velocidad ideal alcanzaba a 7 Mbps, 3 a 4 Mbps en condiciones reales.



Instalación de segundas portadoras y nuevas radio bases en todo el país





Juan Pablo Calvo, Gerente General de VIVA



VIVA invirtió más de 100 millones de dólares para potenciar su servicio

Finalmente, el 4G o cuarta generación es un término utilizado para la evolución de las redes móviles, que migran todo el manejo de la tecnología móvil a protocolo IP manejando de manera unificada tanto datos como voz.

Hace algún tiempo, los foros internacionales que manejan las recomendaciones y especificaciones para redes móviles definieron que la tecnología HSPA+ puede denominarse como cuarta generación de redes móviles, por lo que la misma se considera como parte de esta evolución. La velocidad teórica llega a 21 Mbps y de 12 a 14 Mbps de velocidad real.

El siguiente paso es la red LTE o Evolución de Largo Plazo. VIVA es una empresa que dio lugar a que toda esta evolución se genere en el país con una perspectiva de ofrecer al cliente el mejor servicio. Esa ha sido siempre su característica y su interés.

### La calidad del servicio

La preocupación central de una operadora telefónica es ofrecer el mejor servicio posible. Es más, esa es la razón de ser de VIVA, y por eso hemos realizado importantes inversiones a lo largo de estos 14 años de existencia, la más importante de las cuales se ha dado precisamente este año 2014.

Nuestra inversión para esta gestión superará los 100 millones de dólares; de lejos, la más alta de

nuestra historia. Son recursos que han servido para instalar, en una primera fase, 384 segundas portadoras en casi el 80% de nuestras estaciones, con el objetivo de añadir nuevas “autopistas de circulación de voz y datos”, en aquellos lugares donde el tráfico era muy intenso. Como segunda fase, estamos en proceso de implementación de 230 portadoras adicionales.

Gracias a estas acciones hemos conseguido, en el transcurso de este año, mejorar las condiciones de señal y la velocidad de nuestro servicio de telefonía e Internet móvil en prácticamente todo el país y realizar una paulatina introducción de tecnología de última generación LTE.

De hecho, las 614 segundas portadoras representan casi la duplicación de nuestra red, y además nos encontramos analizando la instalación de terceras portadoras en lugares con demandas de tráficos superiores. Si a ello sumamos la instalación de 300 nuevas radio-bases en todo el país, la duplicación de nuestra red de fibra óptica a nivel nacional y la adición de sistemas que mejoran la experiencia del usuario en servicios como Facebook, YouTube y Google, estamos ante un cambio realmente importante, que se ha comenzado a traducir en mejor señal, más velocidad y mayor cobertura, que son precisamente las demandas que advertimos entre nuestros usuarios.

Es necesario señalar que las condiciones en que llega la señal de cualquier operadora están sujetas a diversos factores, que incluyen condiciones geográficas, la distribución de la mancha urbana en las ciudades, la construcción de edificios de cada vez mayor altura, etc. En VIVA, estudiamos y monitoreamos permanentemente estas situaciones para diseñar alternativas de solución y mejora permanente.

Nuestro diálogo permanente, honesto y transparente con el entorno se refleja, asimismo, en una política de buena vecindad. En ese sentido, hemos sido, somos y seremos respetuosos de los procedimientos establecidos para la instalación de antenas y radio-bases, informando oportunamente a los vecinos sobre sus beneficios en términos de mejora de cobertura y calidad de señal y atendiendo todas las dudas que puedan surgir al respecto. VIVA no instala nunca antenas en contra de la voluntad de los vecinos.

El usuario paga por un servicio de calidad, y en VIVA el objetivo es precisamente satisfacer esa expectativa. Cuando hablamos de una inversión superior a los 100 millones de dólares en un año, nos estamos refiriendo a un esfuerzo económico que tiene como finalidad estar siempre al día.

Por ello, a fines del año pasado y principios del actual realizamos un esfuerzo económico considerable para acceder a la fibra oceánica a través de la costa peruana. Para países mediterráneos como Bolivia, la única manera de mejorar la velocidad del servicio de Internet es integrándonos a las líneas oceánicas de interconexión global, y eso es justamente lo que VIVA hizo recientemente.

Pero, además, invertimos también en la adjudicación de nuevas frecuencias para ampliar el ancho de banda. Lo hicimos en 2013 y también en 2014. Este proceso supuso la eliminación, junto a la ATT, de diversos tipos de interferencias hasta lograr un funcionamiento óptimo.

El usuario de VIVA no es sólo urbano, ni habita sólo en las ciudades intermedias. También nos interesa llegar con calidad a puntos dispersos y alejados de



Tiendas de Experiencia VIVA



La Paz cuenta con 2 tiendas diseñadas bajo este concepto; la primera ubicada en la Plaza Avaroa y la segunda en el Megacenter



Las tiendas de experiencia permiten conocer mejor la tecnología más reciente





**CALL CENTER DE VIVA**

Es el primer centro de contacto certificado en Bolivia y el décimo segundo a nivel Latinoamérica, bajo la norma COPC GMD versión 5.1, modelo de atención utilizado por los mejores Call Center del mundo



Personal del Call Center

nuestra geografía. Esa fue la razón por la que en 2014 suscribimos un acuerdo con el Estado Plurinacional para el uso de una frecuencia del Satélite Túpac Katari.

Compartimos el orgullo legítimo que sienten los bolivianos por haber ingresado finalmente a la era espacial con un satélite propio y nuestra forma de celebrar este acontecimiento ha sido sumarnos a este proceso con una acuerdo que nos permite mejorar la calidad del servicio de telefonía pública en puntos alejados y poco poblados de nuestra geografía.

### Compartimos experiencia tecnológica

VIVA fue la primera empresa en instalar Tiendas de Experiencia, un concepto absolutamente innovador para la comercialización de dispositivos móviles, tabletas y otros recursos donde el cliente puede lograr que coincida su expectativa y necesidad específica con las cualidades y alcances tecnológicos de un producto determinado. Con VIVA se acabaron las compras “a ciegas”.

Ahora, el consumidor de tecnología cuenta con la orientación necesaria para que su compra sea la indicada. Cerraremos este 2014 con 13 Tiendas de Experiencia VIVA distribuidas en las principales ciudades del país.

### Call Center

Por muchas razones, en VIVA nos sentimos orgullosos de nuestro Call Center. Es el primer centro de contacto certificado en Bolivia y el décimo segundo a nivel Latinoamérica, bajo la norma COPC GMD versión 5.1, modelo de atención utilizado por los mejores Call Centers del mundo, lo cual lo convierte en el primer Call Center que obtiene dicha certificación en Bolivia, garantizando de esta forma altos estándares de calidad y atención.

El servicio de Call Center de VIVA es, en realidad, un Contact Center con toda su potencialidad, por el intercambio de ida y vuelta que existe entre la telefónica y sus usuarios a través de múltiples canales. El Contact Center de VIVA cuenta con sofisticados equipos de la mejor tecnología. Cada día, desde hace ya 14 años, más de 30 mil personas en promedio llaman a las líneas gratuitas 103 y 800 14 1414 y los operadores realizan un número similar de llamadas a los usuarios.

En otras palabras, estamos hablando de casi 2 millones de contactos por mes.

Debemos destacar que en el caso de llamadas de reclamos, éstas se procesan y atienden dentro de los plazos establecidos por la normativa vigente, de tal modo que quien realiza este tipo de consultas puede estar seguro de que recibirá una solución y/o respuesta en un tiempo prudente.



Asimismo, gestionamos la interacción con nuestros usuarios en Facebook, de manera que permita vivir una experiencia positiva para encontrar respuestas en línea a sus preguntas, resolver sus problemas, comentar sobre nuestros servicios y expresarse libremente.

La empresa Social Bakers nos ha premiado por varios trimestres consecutivos como Socially Devoted, por estar entre las mejores comunidades del mundo en responder a sus clientes a tiempo y generar interacción frecuente.

En VIVA estamos convencidos de que ofrecer una experiencia interactiva con nuestros servicios y productos es la única manera en que el usuario puede descubrir el potencial de los mismos.

### La fuerza de los valores

Es importante destacar también que esta historia de hitos y procesos que conducen a resultados importantes no hubiera sido posible de no contar con una filosofía de comportamiento sustentada en valores como la transparencia y honestidad, que en última instancia se traducen en la confianza de nuestros clientes.

Hemos atravesado por momentos de enormes desafíos y la lealtad inquebrantable de nuestros abonados ha sido un estímulo fundamental para seguir avanzando con soluciones tecnológicas y de servicio innovadoras, que en definitiva nos han permitido mantener nuestra tendencia de crecimiento.

Cultivamos valores de servicio y de compromiso no sólo para nuestros abonados, sino para la comunidad en su conjunto. Nuestro objetivo desde hace 14 años ha sido contribuir a democratizar el acceso a las telecomunicaciones y el Internet a través de la multiplicación de “Puntos VIVA” o puntos de telefonía pública en todo el país.

Además, VIVA cuenta con un programa diseñado especialmente para premiar la lealtad de todos sus clientes Prepago y Postpago de telefonía móvil e Internet 4G a nivel nacional. Mediante este sistema, los clientes de VIVA pueden acumular puntos y beneficiarse con premios gracias a las ventajas que ofrece “Fidepuntos



CALL CENTER DE VIVA  
Líneas gratuitas 103 y 800 14 1414



La fuerza de valores está reflejado en el compromiso de todos los que conforman la familia VIVA y, por supuesto, en la ética y responsabilidad empresarial con la que VIVA desarrolla sus actividades



Más de 1.500 empleados a nivel nacional forman parte de la familia VIVA



Programa de la  
Fundación Estás Vivo de VIVA:  
Educando con Internet



Hasta la fecha se ha dotado con servicio de Internet gratuito a 254 establecimientos educativos, beneficiando a más de 350 mil estudiantes en las ciudades más pobladas del país

Club”. La suscripción al programa es gratuita, los clientes Prepago deben enviar un mensaje de texto con la palabra PUNTOS al 246, y en el caso de clientes Postpago debe llamar al 800 14 3434.

Asimismo, somos suscriptores de acuerdos internacionales que buscan acortar la brecha digital y facilitar el acceso de cada vez más gente a las asombrosas ventajas que ofrece actualmente la tecnología.

Nuestra misión es acercar aún más la tecnología moderna a todos los bolivianos para que puedan experimentar sus beneficios de manera directa, en el marco de nuestro gran objetivo de democratizar las telecomunicaciones en Bolivia, ofreciendo al mismo tiempo productos y servicios caracterizados por su calidad e innovación.

### Fundación Estás Vivo de VIVA

Los valores son también el elemento que articula nuestra gestión empresarial con los programas de responsabilidad social de la Fundación Estás Vivo de VIVA y su constante “lucha contra toda forma de violencia”. Estas actividades son de carácter sostenible y se enfocan en tres pilares fundamentales: seguridad ciudadana, educación y medio ambiente.

A la fecha, más de 260 establecimientos educativos públicos del eje troncal cuentan con servicio de Internet gratuito de VIVA, lo cual se traduce

en alrededor de 346 mil estudiantes que acceden diariamente a esta herramienta tecnológica, necesaria para complementar los procesos de aprendizaje.

Las niñas y los niños que estudian en esas escuelas son ahora también los portadores de un nuevo conocimiento que pueden reproducir en sus hogares, logrando de esa manera que el uso de nuevas tecnologías supere todo tipo de barreras para su educación.

Asimismo, hemos instalado una red de comunicación compuesta por líneas telefónicas gratuitas instaladas en unidades policiales de diferentes barrios en todas las ciudades del eje central, mejorando la comunicación entre policías y de éstos con la comunidad. Esta iniciativa sirve para prevenir delitos y mejorar los niveles de seguridad ciudadana en una sociedad que ha expresado reiteradamente su profunda preocupación al respecto.

Son centenares de llamadas diarias y miles de comunicaciones registradas al mes que, en muchos casos, han significado salvar vidas y evitar la consumación de los delitos que tanto daño hacen a nuestra sociedad.

“En Armonía con la Naturaleza”, como se denomina el programa enfocado al medioambiente, se vienen desarrollando acciones destinadas a la conservación



del Delfín del Río y a la concientización sobre la existencia de especies bolivianas en peligro de extinción y de áreas protegidas en nuestro territorio, cuyos resultados han demostrado ser exitosos en cuanto a la generación de una conciencia ambiental entre los bolivianos.

En 2014, por cuarto año consecutivo se llevó a cabo el Concurso Nacional de Fotografía de Especies Bolivianas en Peligro de Extinción, trabajando en este periodo con el aporte de miles de fotógrafos aficionados y profesionales que han recorrido buena parte del país para captar a las especies amenazadas en su hábitat natural, así como retratar el ambiente natural de áreas protegidas, toda vez que Bolivia es uno de los países con mayor número de ellas a nivel mundial. El concurso ha permitido que esas imágenes sirvan para ilustrar millones de tarjetas Prepago, que se transformaron en portadoras de un mensaje para tomar conciencia de nuestra riqueza natural, considerando que “no se puede amar, lo que no se conoce”.

Todas estas acciones demuestran nuestra gestión sostenible, que es animada desde el corazón mismo de la empresa: la Fundación Estás Vivo de VIVA.



Programa de la Fundación Estás Vivo de VIVA, “Comunicados estamos más seguros”, a través de las líneas 800-14 de atención gratuita en módulos policiales







Con vocación social al servicio de los más vulnerables...





E  
Q  
U  
I  
P  
O  
  
A  
R  
C  
O  
  
I  
R  
I  
S





Dr. José Neuenhofer  
Presidente de la Fundación Arco Iris  
**Fundador**



Dr. Ramiro Narváez Fernández  
Director General

**H**emos cumplido 14 años al servicio de la salud boliviana. Somos una institución sin fines de lucro pero sin ánimos de quiebra, con una visión empresarial y de gestión productiva diferente, renovada e innovadora, que está basada en la filosofía del Rvdo. Padre José Neuenhofer, presidente de la Fundación Arco Iris (F.A.I.) e impulsor de esta obra.

Nacimos en el Barrio Gráfico de Alto Miraflores y compartimos con los paceños y la población boliviana una suerte de compromiso social. Hemos distribuido nuestros esfuerzos para crecer y reinventarnos cada día y ofrecer cada vez más una mejor, cálida y segura atención a las personas. Compartido luchas, encuentros y derrotas muchas veces, pero jamás renunciamos a nuestro legado espiritual y social.

Desde su creación el 2001, el Hospital Arco Iris (H.A.I.) ha venido generando una serie de acciones en beneficio de la comunidad paceña y su entorno, en especial para la gente de escasos recursos económicos, niños, niñas y adolescentes que viven y trabajan en la calle, en una situación de compromiso socio-empresarial, para ofertar servicios de calidad, cálidos y oportunos. Desarrollamos un sistema solidario de atención de la salud general, continua, permanente y sostenida.

Emprendemos diferentes proyectos en salud clínico-quirúrgicos y de apoyo al diagnóstico y tratamiento de las patologías prevalentes, comprando y accediendo a tecnología de primer nivel (tecnología de punta). Todo ello

nos permitió alcanzar objetivos y metas muy importantes, políticas, sociales y económico financieras para poder cubrir los costos de su atención.

El Hospital pertenece a la Fundación Arco Iris; ha recibido circunstancialmente apoyo del Municipio de La Paz y del Ministerio de Salud. Ha logrado abarcar servicios más allá de su jurisdicción en los barrios periféricos y el área rural a través de sus servicios móviles satelitales. Desde el 2010 atiende a 21 municipios mediante el Seguro de Salud del Adulto Mayor (SSPAM, hoy SIS). Está presente en el 60% de las zonas periurbanas, incluida la ciudad de El Alto, con programas de salud pública del Ministerio de Salud: Proyecto de Inmunizaciones (P.A.I.), Salud Oral y otros de alcance social.

### **Cambiando el lecho de un río por un Hospital**

Entre el 2000 y 2001 se llevaron a adelante todas las gestiones para lograr los planos estructurales e iniciar las obras civiles del Hospital y los pilares primarios sobre el lecho del río que atravesaba la zona. El muro de contención logró afianzar las tierras deleznables provenientes del desnivel de la zona anexa a la plaza Villarroel, lo que mejoró sustancialmente la estabilidad del suelo en general. Cambiamos un cenital/basural por un hospital. En un periodo corto de dos años la infraestructura creció hasta un cuarto piso. Hoy es fuente de inspiración y desarrollo para muchas personas y permanecerá así por largo tiempo. Cumplimos en nuestro



compromiso con el Municipio en la mejora sustancial del medio ambiente, la comunidad y la salubridad.

A través de la gestión privada (institucional) y la gestión pública, ha logrado constituirse en parte fundamental de la red de servicios de La Paz (Urbano-Rural). Acreditado en segundo nivel de atención, realiza actualmente actividades de II y III nivel.

Es una organización no gubernamental, basada en los principios de la Iglesia Católica que desde 1994 ha luchado permanentemente contra la discriminación, la marginación y la falta de oportunidades que sufren niños, niñas y adolescentes que viven o trabajan en las calles de la ciudad de La Paz, huérfanos la mayoría, o cuyos padres están privados de libertad, o son víctimas de violencia intrafamiliar, maltrato, violaciones y otros vejámenes. Busca ser una señal de amistad, solidaridad y desprendimiento hacia los más pobres, necesitados y desprotegidos en la comunidad paceña.

En 1997 adquiere la personería jurídica, canónica y civil. Por iniciativa del Rvdo. Neuenhofer, llamado "Padre José" por el cariño de sus hijos/as adoptivos/as, ese mismo año, y tal vez mucho antes, nacen los primeros planes para construir una clínica y atender sus necesidades en materia de salud. El primer proyecto de salud estuvo ubicado en un colegio de la zona central de La Paz, donde se los trataba ambulatoriamente. Las cuentas crecientes que tenía que pagar el Padre José por tratamientos en varios hospitales, entre ellos el Hospital Juan XXIII, fueron las razones iniciales para construir un Centro de Salud propio de la Fundación. Desde esta época, la F.A.I. ha realizado numerosos proyectos de apoyo integral, campañas de sensibilización con personas del mismo espíritu y desprendimiento. Casi en su totalidad, la Fundación se sostiene con los aportes de la cooperación alemana, el apoyo de personas jurídicas individuales y poco de la gubernamental.

El 27 de septiembre de 2001 se concluye e inaugura la construcción del "H.A.I.", así denominado por la luz interior, "Hospital de Colores", que debiera emanar en el futuro, un moderno hospital de Segundo Nivel ubicado en el Barrio Gráfico. Su apertura al público se produce un mes después, el 23 de octubre.

## Misión

Somos el hospital al servicio de toda la población con especial atención a los niños de y en la calle, brindando servicios de excelencia, calidez y calidad dentro de un ambiente de trabajo con responsabilidad y compromiso buscando la autosostenibilidad.



Obras sobre el lecho del río



Cambiamos un cenital/basural por un hospital



Conclusión de la construcción del "H.A.I."



Reunión de Líderes en Casa de Retiro  
Achocalla 2011

Fuerza en la unidad...

## Visión

Ser el Hospital líder en el sistema de salud, con atención cálida y excelente, al servicio de toda la población, autosostenible, con un personal satisfecho en su trabajo.

## Trabajando en nuestro sueño

Nuestro sueño es convertirnos en Hospital Líder en el Sistema de Salud Boliviano y compartir este liderazgo para desarrollar la red de servicios integrales de salud del Municipio y el Ministerio Público. Somos componente de la Red Norte Central y pretendemos, en nuestro modelo de gestión, fortalecer la gestión de calidad total, la gestión para el cambio, la innovación, el trabajo en equipo y la acreditación de la red.

## Valores

**Honestidad:** Comunicar la verdad, en busca del bien común, que involucre a todos los grupos de interés del hospital.

**Justicia:** La virtud suprema y la voluntad de dar a cada cual lo que le corresponde, promoviendo la igualdad y la equidad en todas nuestras acciones.

**Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de nuestras decisiones y acciones.

**Transparencia:** Dar a conocer aquello que es cierto en el momento oportuno, velando por la consistencia de la información.

**Respeto a las personas:** Respetar a las personas considerando sus derechos.

**Solidaridad:** Promover el desarrollo de la solidaridad con toda la comunidad con la cual trabajamos y a la que servimos.

## Gestión hospitalaria

*“Del Concepto de Empresa Social al de Negocio-Empresa Social de Salud”.*

Aprendimos a transformar las amenazas en oportunidades. La gran debilidad en estos catorce (14) años fue la sostenibilidad económica en el largo plazo y mantener la rentabilidad social que lo caracteriza, además de garantizar, en el marco de una gestión de calidad, la seguridad clínica del paciente y ganar su confianza y fidelidad.

Esta realidad nos ha permitido generar ideas y aprender permanentemente de otras experiencias, buscando el éxito.

El año 2008 nuestra organización propone una primera reinención del hospital con el concepto de Hospital Negocio-Empresa Social, donde el término “negocio” no significa necesariamente la búsqueda del profit o lucro. Un negocio puede dar tanto beneficios como pérdidas. “Negocio”, en el moderno concepto de dirección, administración o gerencia, significa identificar quiénes son nuestros clientes, cuáles son sus necesidades y expectativas, qué productos o servicios buscan, cómo podemos satisfacerlos y cómo se los hacemos accesibles.

A mediados de 2011 se inicia el proceso de renovación de la acreditación y se gestionan nuevos recursos humanos



para llevar adelante la “Gestión de Calidad”. La nueva visión del hospital está centrada en la Calidad Total y la Seguridad Clínica de las personas. Se conforma la oficina y se inicia el desarrollo del Programa de Calidad, considerada el laboratorio de calidad hospitalario; se logran sistematizar y estandarizar todos los procesos inherentes a ella y plantearnos nuevos retos en temas hacia la excelencia empresarial. (Ugalde M., 2012).

En el convencimiento de ser un permanente aporte al Sistema de Salud y permitir un alineamiento con el proceso de cambio de nuestro país en la búsqueda permanente del “vivir bien” se introduce también el concepto de “Hospital Líquido” (Cáceres E., R. Narváez, 2010/2014) para mejorar el acceso y combatir el “hospitalocentrismo” y así asumir una nueva responsabilidad y adaptarnos a los nuevos cambios de paradigma, y al entorno político y social.

### Liderazgo y estilo de gestión

Estamos fortaleciendo y promoviendo una nueva forma de liderazgo participativo. Hace pocos años redefinimos la “Gestión Clínica” como una estrategia y nueva forma de trabajo con los líderes, delegándoles las responsabilidades técnicas y administrativas por Unidades de Gestión. Desarrollamos nuevas políticas y redefinimos los procesos por responsables. Este año 2014 nos propusimos llevar adelante la “Gestión para el Cambio”, como estrategia de mejora del conocimiento y la cultura organizacional e incluyendo temas de avance tecnológico, como el “Hospital Digital”. Hoy, a partir de la gestión de calidad y la autoevaluación hospitalaria tenemos mayor conocimiento e información sobre el desarrollo de nuestros estándares (gerenciales, administrativos y clínicos) y el análisis permanente de nuestros indicadores a través del Sistema de Monitoreo Gerencial para el trabajo de la mejora continua y la toma de decisiones basados en la evidencia.

### Gestión administrativa

Desarrollamos una administración y control a partir de las Unidades de Gestión Clínica y Productiva, en el marco de una contabilidad analítica, lo que nos permite corresponsabilizar la gestión y garantizar una suficiente capacidad financiera y de auto-sostenibilidad.

Los impuestos generados en estos 14 años de trabajo ininterrumpido alcanzaron a Bs 9.592.984.



Gestionando la calidad



Gestión estratégica



Gestión clínica



Gestión administrativa



Gestión social

## Gestión social

Se ha implementado un sistema de atención a partir de “Consultorios Móviles Satelitales”, ampliando la atención a las poblaciones marginales de La Paz y El Alto, focalizando los esfuerzos en la población de escasos recursos, con especial atención a menores de 18 años y personas que viven y trabajan en la calle, llegando a varias provincias de La Paz. Integrado a personas en un trabajo hospitalario digno de los proyectos sociales de la Fundación Arco Iris y otras instituciones similares. Tenemos una rentabilidad social suficiente para recibir el apoyo de la comunidad para continuar nuestros servicios.

El Hospital Arco Iris de forma sostenida genera más de 200 empleos directos y entre 800 y 900 indirectos.

## Cartera de servicios

Emergencia/Urgencia (24 h), Farmacia (24 h), Laboratorio (24 h), Imagenología (24 h).

### Consulta externa y hospitalización (servicios médicos y de enfermería)

- **Pediatría General y Especializada:** Cardiología, Gastroenterología, Infectología, Neumología, Neurología, Cirugía.
- **Ginecología y Obstetricia:** General y Especializada.
- **Medicina General y Especializada:** Medicina Interna, Cardiología, Dermatología, Endocrinología, Gastroenterología, Genética Clínica, Medicina del Dolor, Medicina Física y Rehabilitación, Nefrología,

Neumología, Neurología, Nutrición, Oftalmología, Otorrinolaringología, Psicología, Psiquiatría, Reumatología, Urología.

- **Cirugía General y Especializada:** Cirugía Cardiovascular, Cirugía Máxilo Facial y Cuello, Cirugía de Tórax, Coloproctología, Traumatología y Ortopedia, Neurocirugía.
- **Cuidados Especiales:** Terapia Intensiva e Intermedia, Cuidados Intensivos Neonatales.
- **Odontología:** Odontología General y Pediátrica, Endodoncia y Odontología Máxilo Facial.

## Servicios de apoyo al diagnóstico y tratamiento

- **Imagenología:** Tomografía computarizada, Ultrasonografía 3D, EcoDoppler, Ecocardiografía, Video Endoscopia.
- **Laboratorio:** Hematología, Química sanguínea, Inmunología, Parasitología, Bacteriología, Microbiología.
- **Electrocardiografía, Electroencefalografía, Cardiotocografía.**
- **Servicio Transfusional Acreditado.**
- **Fisioterapia, Acupuntura, Medicina Holística, Medicina Tradicional.**
- **Nutrición.**
- **Enfermería clínica.**
- **Atención domiciliaria.**



**Extensión Comunitaria:** Consultorios Móviles (Medicina, Odontología, Enfermería, Inmunizaciones).

**Trabajo Social.**

**Telemedicina/Telesalud:** Red Raft-Altiplano/HAI: Potosí, Oruro, Beni, La Paz (rural y urbano).

**Seguros de Salud Extranjeros.**

### Rondas de seguridad hospitalaria

Realizamos rondas de seguridad hospitalaria para mejorar y fortalecer la seguridad de los/as pacientes en los servicios clínicos y no clínicos y relacionados con su atención.

### Sistema de información y comunicación

La Unidad de Información y Comunicación Hospitalaria monitorea, informa y retroalimenta, continua y permanentemente, toda la gestión de la información clínica y administrativa en forma segura. La Historia Clínica Electrónica Computarizada (OPEN-HAI) está presente en todas las gestiones de atención al paciente a nivel de consulta y hospitalización. Se actualiza y mejora permanentemente a partir de procesos de mejora continua. Contamos con indicadores de gestión de nuestras principales actividades gerenciales, administrativas y técnicas. Los resultados se analizan en el Comité de la Información (CAIH).

### Defensa de los derechos del/la paciente

Para defender los derechos de las y los pacientes, y fortalecer las relaciones con el hospital, se han creado 2 unidades de gestión: la de Gestión de Riesgo y la Unidad de Trabajo Social, dependiente esta última de la Dirección de Atención al Paciente. La *Gestión de Riesgo* trabaja en preservar la atención integral del paciente y apoya en todos los problemas inherentes a ellos, “defendiendo sus derechos”. El 2010 se crea la *Oficina de la Defensoría del Paciente*.

### Referencia y retorno

Somos parte del sistema de referencia de la red Norte Central de La Paz. Estamos conformando la primera red integrada de servicios de salud con el Municipio y el Ministerio de Salud e instalando “Clínicas Móviles” para la resolución de estos problemas de atención en el lugar, reduciendo el número de referencias desde el primer nivel de atención.



Rondas de seguridad



Defensa de los derechos del/la paciente



Referencia y retorno



Hospital abierto



Sesiones de telemedicina

### Gestión comunitaria

Realizamos proyección comunitaria en gestión compartida con el Municipio de La Paz, la Gobernación del Departamento y el Ministerio de Salud. Promoción y prevención de la salud en la comunidad, en escuelas, colegios, organizaciones de trabajadores de la calle y sociales, pueblos originarios campesinos, interculturales, juntas de vecinos y otros. Cada 27 de septiembre, aniversario del Hospital, ofrecemos atención y estudios complementarios “gratuitos” a la comunidad paceña por 12 horas, “Hospital Abierto”. Empresas auspiciadoras colaboran con medicamentos a nuestros invitados en este día.

### Docencia e investigación

Se realiza la capacitación continua del personal para cumplir los objetivos de gestión, así como también docencia e investigación con universidades e instituciones formadoras, públicas y privadas, a nivel de pre y postgrado (UNIVALLE, UNIFRANZ, UPEA, UCB (proyectos Carmen Pampa y Pucarani), Nuestra Señora de La Paz, Institutos y Escuelas de Enfermería, Universidad de Duke/EE.UU. Contamos con la revista de publicación científica “Cuadernos del Hospital” (Valenzuela G., 2011).

### Telesalud

El hospital desarrolla desde el 2012 un programa de atención a distancia por Internet a servicios remotos del Ministerio de

Salud con la red Raft Altiplano/HAI, conectando zonas del Altiplano (Copacabana, Tiquina, la Isla del Sol, Patacamaya). Llegamos a conectar áreas remotas de Potosí (Colcha K, Llica) con el Hospital Bracamonte y con los hospitales de Rurrenabaque y Coroico en los Yungas. Se enlazan zonas remotas de Oruro (Orinoca, Challapata, Curahuara de Carangas) con el Hospital San Juan de Dios y el Hospital de Patacamaya. En la zona urbana con el Hospital de Los Pinos, La Merced y Divino Maestro. Por este trabajo de permanente innovación, el Hospital Arco Iris fue reconocido con el Primer Premio a la Mejor Empresa “en Innovación” por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (Ugalde M., 2012).

### Desarrollo institucional

Por decisión visionaria de su Director General, Dr. Ramiro Narváez Fernández, se crearon dos asociaciones no lucrativas: la Asociación Boliviana de Hospitales (ASOBOH) y la Sociedad Boliviana de Telemedicina e Informática Médica (SOBOTIM), con la misión de fortalecer estrategias de salud, educación y comunicación a través de reuniones, congresos, cursos nacionales e internacionales en temas de mejora de la calidad, seguridad del paciente e interculturalidad. Congresos realizados: Hospitales Seguros, Diálogos Comunitarios, Acreditación, Redes Integradas (RISS), Avances en Telemedicina, Desafíos Socio-Antropológicos, Tecnológicos e Interculturalidad.



## Premios recibidos.

- \* Honor al Mérito, Comisión de Educación y Salud.
- \* Premio a la Excelencia Institucional, Organización Internacional para la Capacitación e Investigación Médica, OICIM.
- \* Premio a la Excelencia, Paul Harris.
- \* Premio del Comité Cívico Popular de la Ciudad de El Alto.
- \* Premio Empresarial La Paz Líder, 2010.
- \* Premio Responsabilidad Social Empresarial, Comité Cívico Popular de El Alto, 2012.
- \* Premio Empresarial a la Innovación, Telemedicina, La Paz Líder 2012.
- \* Premio a la Calidad, Instituto Latino Americano de Calidad, 2013.



Aniversario Hospital - Inauguración "Hospital Abierto"



## NUESTROS SERVICIOS

CUARTO PISO

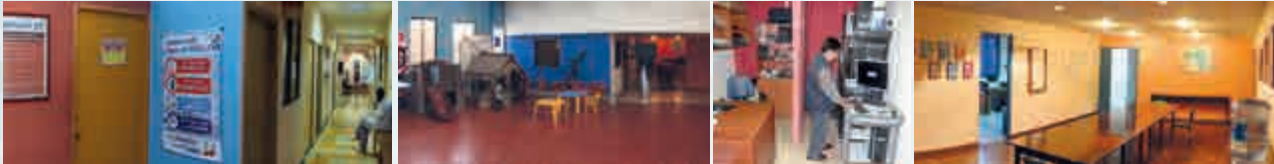


SESIONES DE TELESALUD

REUNIONES DE EQUIPO

CAPACITACIÓN

TERCER PISO



DIRECCIÓN MÉDICA, CALIDAD, ADMINISTRACIÓN

SALÓN

SISTEMAS/TIC

AUDITORIO Y BIBLIOTECA

SEGUNDO PISO



TERAPIA NEONATAL - NEONATOLOGÍA

SALAS HOSPITALIZACIÓN PEDIÁTRICA Y GINECO-OBSTÉTRICA (MATERNIDAD)

PRIMER PISO



ÁREA PRIVADA

TERAPIA INTENSIVA

SALAS HOSPITALIZACIÓN MEDICINA Y CIRUGÍA

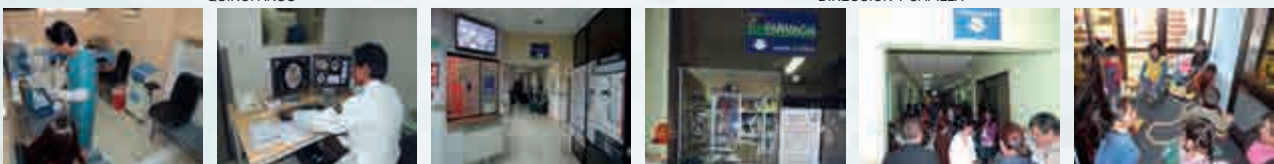
PLANTA BAJA



QUIRÓFANOS

DIRECCIÓN Y CAPILLA

SUB-SUELO



LABORATORIO

IMAGENOLOGÍA

INGRESO

FARMACIA

CONSULTORIOS

GUARDERÍA



LAVANDERÍA

EMERGENCIAS/URGENCIAS

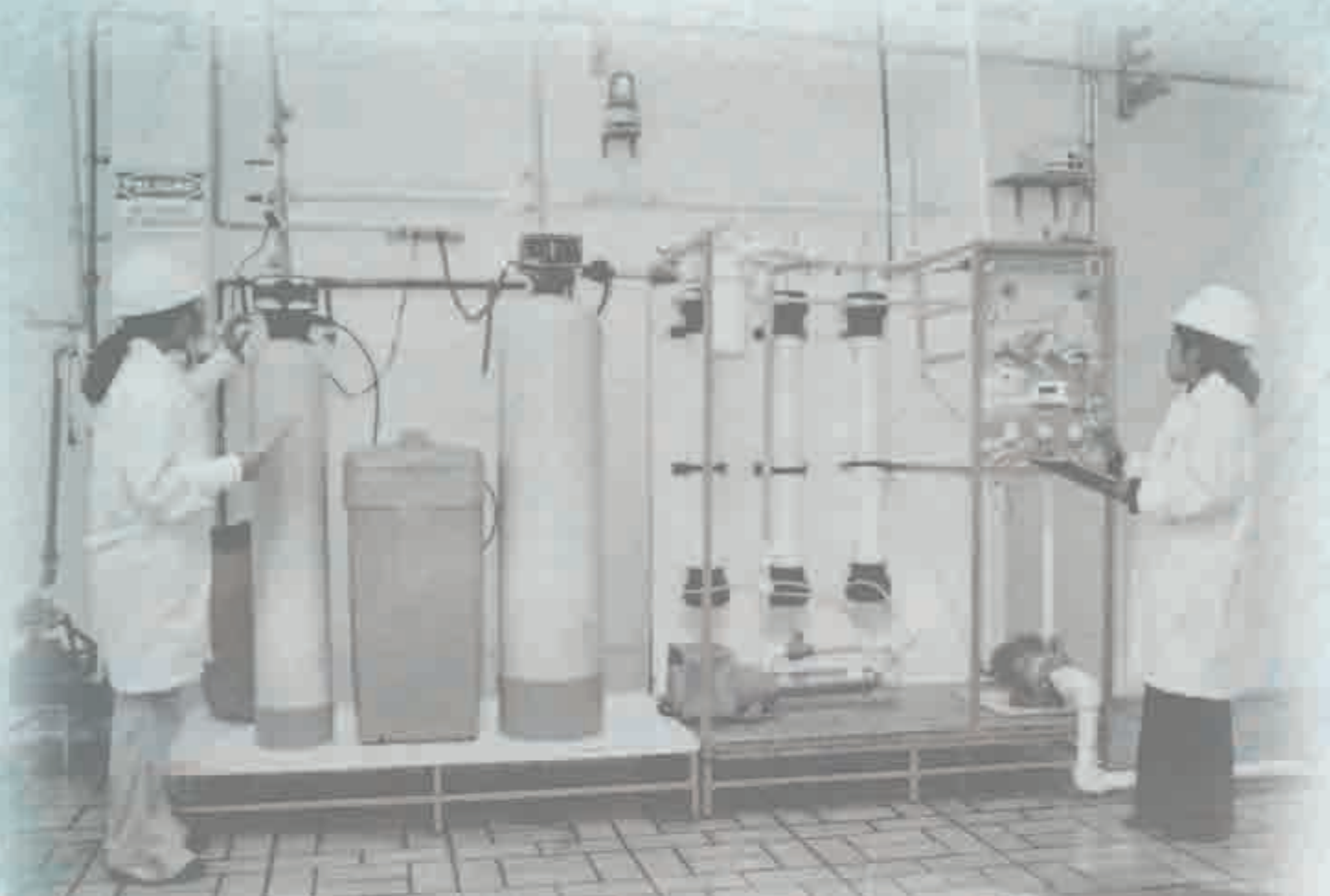
**PRODELAC** S.R.L.

  
*Santa Isabel*





DATE





Lic. Emilio Sossa Hannover



Sra. Isabel Hannover Mancilla

## PRODELAC S.R.L.

Rumbo a los 10 años de servicio, PRODELAC S.R.L. tiene el orgullo de formar parte de la familia industrial boliviana, estableciéndose en el mercado como una empresa: competitiva, comprometida, seria e innovadora; sitial alcanzado bajo las bases fundamentales del trabajo sólido y perseverante; compromiso actual que se fortalece día tras día y al cual no declinaremos por el bienestar de la salud.

## Nuestros inicios

Iniciamos nuestras actividades un 27 de mayo de 2005, situando los predios de nuestra planta industrial en la ciudad de El Alto, La Paz. Nos establecimos como empresa pionera en el tratamiento del agua realizando tareas de investigación, desarrollo, aplicación y optimización de los procesos de purificación, para conseguir la calidad indiscutible que hoy nos distingue.

La empresa como tal se inicia con la distribución del agua de mesa en botellón de 20 litros dirigido a centros médicos, instituciones y entregas a domicilio, con poca aceptación en un mercado popular donde reinaban las gaseosas. La idea prometedora pronto se convertiría en un desafío: contrarrestar este hábito y sembrar una cultura de consumo que beneficie a la salud.

El agua embotellada era considerada un lujo, a la cual solamente la clase media alta y alta podían acceder

por su alto costo con relación al nivel económico de la población de esos años. Las acciones frente a esta responsabilidad nos indujo a trabajar estrategias de mercadeo que impulsaran la democratización del acceso al agua purificada de mesa a través de una nueva presentación: agua en sachet de 170 ml y 400 ml, y agua embotellada de 600 ml a precios indiscutiblemente razonables, revolucionando el mercado de este producto y apreciando una ascendente aceptación. El resultado, una población habitual que busca este provecho como una mejor alternativa a satisfacer las demandas del cuerpo.

## Emprendimiento y legado

La empresa no olvidará el valioso aporte de la señora Isabel Hannover Mancilla (Q.E.P.D.), madre del Lic. Emilio Sossa Hannover, Gerente General de PRODELAC S.R.L., que en el presente busca llevar a cabo los ideales de una promotora que apostó por esta idea emprendedora, llegando a imprimir y registrar en su nombre diferentes productos bajo los denominativos de: "Isabelita", "Santa Isabel" y "Agua Santa Isabel" en reconocimiento a esta importante contribución.

En la actualidad, "Santa Isabel" llega a convertirse en uno de los productos estrella de PRODELAC S.R.L. desde sus inicios, denominación patentada y que orgullosamente hoy identifica a la empresa como marca y distintivo.



## Generación de empleos

A partir del compromiso social identificado, y generar fuentes de trabajo hacia los que más necesitan, se busca espacios de la urbe alteña para establecer el domicilio legal de la empresa. Objetivo cumplido en la actualidad, apostando por nuestra gente y generando oportunidades de superación especialmente en los jóvenes. Un claro ejemplo de lo planteado se verifica con la reinserción laboral y reincorporación a la sociedad de personas que se dedicaban al alcoholismo y delincuencia; hoy en día son hombres y mujeres de bien con metas trazadas en pro de una mejor Bolivia.

La empresa genera 70 empleos directos, que se benefician de estabilidad laboral y todos los beneficios sociales que por ley corresponde. También más de 450 empleos indirectos, que benefician a más de 300 familias de la ciudadanía alteña y la población rural. Entre éstas se encuentran propietarias de ganado y proveedores de materia prima, obteniendo a cambio ganancias diversas.



Modernas maquinarias de alta tecnología que son continuamente supervisados por nuestro equipo técnico.



## Producción y recursos

Comenzamos con una máquina envasadora y tanques de acero inoxidable, produciendo 200 litros de agua por día, para un producto inicial en dos diferentes presentaciones: agua embotellada y en sachet. En la actualidad, con una amplia infraestructura y una inversión superior, contamos con sistemas automatizados para la producción y modernas maquinarias de alta tecnología que son continuamente supervisados por nuestro equipo técnico e ingenieros especializados; profesionales competentes que garantizan la calidad total de nuestros productos, dando cumplimiento a las estrictas normas de calidad con respaldo internacional.

Asimismo, contamos con un excelente servicio de atención al cliente y un organizado equipo de distribución, ordenado por distritos y barrios, para la entrega personalizada de nuestros productos.



Equipo de distribución, ordenado por distritos y barrios



## AGUA SANTA ISABEL

Agua Santa Isabel, propuesta inicial de PRODELAC S.R.L., se posiciona en el mercado como un producto destacado, sobresaliente y con una demanda progresiva en los últimos años, reconocida con datos estadísticos y galardonados como producto preferido en diferentes gestiones. Se logra alcanzar a una inesperada cantidad de clientes que se suman día tras día y que buscan nuestros productos por la calidad y seriedad del trabajo que nos distingue.

### Identidad de nuestra agua embotellada

Como pioneros en el mercado paceño, comenzamos a trabajar la identidad e imagen corporativa del producto Agua Santa Isabel, y que con mucho orgullo nos identifica actualmente con la presencia indiscutible del cerro Huayna Potosí, imponente imagen poco tomada en cuenta anteriormente y que hoy nos acompaña en todas nuestras presentaciones de agua de mesa.

El Huayna Potosí, a 6.088 msnm (parte de la cordillera Real), apoyada en una estructura sólida en roca, es una de las pocas montañas que mantiene su estructura de hielo y nieve en la cumbre. Además de ser un patrimonio natural y turístico, brinda y corre por sus vertientes una riqueza dulce e innegable, el agua. PRODELAC S.R.L. con este motivo y asentados en la ciudad que lo cobija, magnifica esta riqueza natural con la difusión oportuna para su valoración, preservación y cuidado, reflejada en todos sus productos Santa Isabel.

## Experiencia

El haber sido primeros en este mercado, nos ha permitido forjar, crecer e innovar en el consumo de agua de mesa, ya sea en sachets, botellas personales o en botellones para el sector empresarial. Son miles de trabajadores y clientes de pequeñas y grandes empresas que conocen la calidad y disfrutan del frescor o sabor indiscutible de Agua Santa Isabel.

### La calidad y pureza de Santa Isabel

Se cumplen seis etapas en el proceso de purificación de Agua Santa Isabel que garantizan una bebida 100% pura al ser filtrada por una membrana 10.000 veces más fina que las convencionales, proceso que es conocido como ósmosis inversa, además de pasar por otros controles de calidad que nos permiten ofrecer un producto puro, refrescante y agradable.

Agua Santa Isabel garantiza la procedencia y calidad del agua a consumir, ya que es tratada bajo instrumentación adecuada, purificación, filtración bajo ósmosis inversa y UV, para lo cual contamos con el equipamiento e infraestructura adecuada, regida bajo la norma NB 825 en Bolivia, garantizando así la calidad microbiológica del producto, certificando su pureza.

## Reconocimientos

Desde sus inicios a la actualidad, PRODELAC S.R.L. ha logrado un mercado pensando en sus consumidores

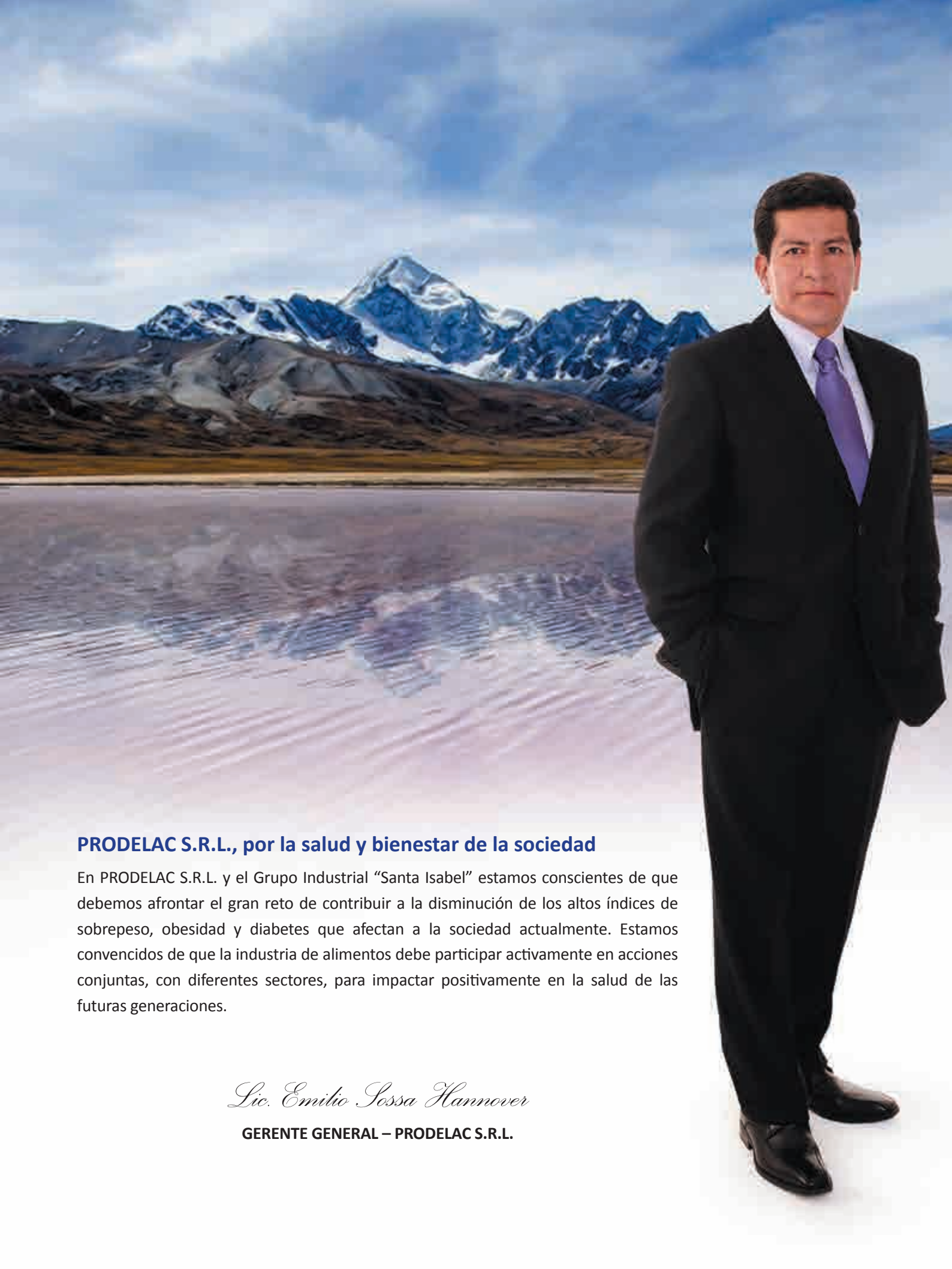


y no en el consumo solamente, principios que han sido identificados por nuestras autoridades nacionales y locales, obteniendo firmas gubernamentales importantes, llegando a la distribución del desayuno complementario en Unidades Educativas de la ciudad de El Alto y provincias.

PRODELAC S.R.L., y a la par su producto Agua Santa Isabel, agradecen al pueblo boliviano por su confianza y también por los reconocimientos, certificados y premiaciones recibidos a la fecha, que fortalecen nuestros días de trabajo e impulsan a mejorar nuestra producción.

- Premio “Huayna Potosí de Oro” a la productividad y cultura emprendedora 2008-2009.
- Distinción Quality, Leadership and Social Responsibility otorgada por The Institute for the Promotion of the Small and Great Company Grants. 2009.
- Premio WARA otorgado por Producto Preferido 2009.
- Premio WARA otorgado por Producto Preferido 2010.
- Premio WARA otorgado por Producto Preferido 2011.
- Galardón Andino a la excelencia por su cultura de la Calidad y Compromiso Social GAMEA otorgado por IPPE- BOLIVIA 2012.
- Premio Empresarial La Paz Líder por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz 2012.
- Galardón “international Quality Summit” (IQS) 2014.





## **PRODELAC S.R.L., por la salud y bienestar de la sociedad**

En PRODELAC S.R.L. y el Grupo Industrial “Santa Isabel” estamos conscientes de que debemos afrontar el gran reto de contribuir a la disminución de los altos índices de sobrepeso, obesidad y diabetes que afectan a la sociedad actualmente. Estamos convencidos de que la industria de alimentos debe participar activamente en acciones conjuntas, con diferentes sectores, para impactar positivamente en la salud de las futuras generaciones.

*Lic. Emilio Sossa Hannover*

**GERENTE GENERAL – PRODELAC S.R.L.**



**Razón social:** PRODELAC S.R.L.  
**Actividad:** Alimentos y bebidas  
**Fecha de inicio:** 27 de mayo de 2005  
**Página web:** www.prodelac.com  
**E-mail:** info@prodelac.com  
 info@aguasantaisabel.com  
**Teléfonos:** 2-883904 / 2-883888  
**Call center:** 800-16-4222 (línea gratuita)  
**Planta industrial y oficinas:** Río Seco km 17 carretera Laja, zona San José de Yunguyo, calle Apurimac No. 2125

## ¿Quiénes somos?

Somos una empresa industrial boliviana, comprometida y dedicada a la elaboración de productos lácteos y agua purificada de mesa, libre de sales y químicos. Potencial nuestro por contar con tecnología adecuada e innovadora, incorporación continua que nos permite ser los primeros en nuestra ciudad y muy pronto en toda Bolivia.

Los productos de PRODELAC S.R.L., se elaboran empleando modernas técnicas de industrialización, cumpliendo con los estándares y estrictas normas de calidad, las cuales ejecutan un gran equipo de jóvenes profesionales y técnicos, especialistas en nuestras diferentes áreas de producción.

## Misión

Incentivar el consumo masivo del agua, brindando a nuestros clientes la más alta calidad de nuestros productos con innovación continua. Pensamos en los trabajadores ofreciendo las mejores condiciones de trabajo y oportunidades. Apoyamos al deporte y buenas prácticas de salud en la sociedad.

## Visión

Ser la empresa líder en la producción y comercialización del agua en Bolivia con productos de alta calidad y con recursos humanos suficientes, quienes se comprometan con el crecimiento de la empresa y satisfacción de los clientes.





## Valores corporativos

### Responsabilidad:

Trabajar con la mayor responsabilidad y honestidad, por la salud y el bienestar de la población, sin quebrantar y ser consecuentes con nuestra palabra y compromiso.

### Lealtad:

Actuar con respeto hacia nuestros clientes, que son la razón de ser de la empresa en la que trabajamos, buscando la forma de satisfacer las expectativas y necesidades con la ayuda y colaboración entre compañeros de trabajo.

### Mejora continua:

Buscar que los clientes reconozcan nuestras marcas manteniendo nuestro liderazgo en el mercado a través de una excelente atención y nuevas formas de mejorar el desempeño.

### Excelencia:

Buscar la excelencia en nuestro desempeño laboral y en la calidad de nuestros procesos de producción.

### Igualdad:

Aseguramos la igualdad de oportunidad en un buen y seguro ambiente de trabajo.

### Confianza:

Fe en nosotros mismos y en Dios, con la mentalidad de superarnos y ayudar a nuestro prójimo a superarse sin rencor o rivalidad.

### Principios:

- Sembrar la cultura de consumo del agua purificada.
- Promover el cuidado de la salud.
- Forjar el respeto al agua y al medio ambiente.
- Fortalecer el derecho a una buena alimentación.
- Generar fuentes de empleo para los bolivianos.
- Fortalecer y valorar la diversidad sociocultural bajo un mismo emblema: *“Alimentación y salud para todos”*.
- Compromiso por la mejora continua.
- Llegar a la gente de bajos recursos.
- Compromiso y responsabilidad para con el país.





## Responsabilidad Social Empresarial (comprometidos con el medio ambiente)

Tenemos la satisfacción de proveer productos con envases totalmente retornables, como son los botellones de 20 litros, y que luego de cumplir con el ciclo de vida útil se reciclan en un 100% para convertirse posteriormente en una materia plástica que se utiliza para construir principalmente techos o cubiertas.

Actualmente tenemos convenios vigentes con empresas acopiadoras de residuos sólidos con el fin de reciclar nuestros envases y ayudar a proteger el medio ambiente.

Desde el 2010 PRODELAC S.R.L. ha fortalecido su consecuencia con el cuidado del medio ambiente y la salud mediante la creación de campañas y fortaleciendo programas de educación, información y concientización sobre la higiene, alimentación, tratamiento de líquidos y de residuos sólidos.



Reducimos nuestro impacto medioambiental con total responsabilidad al servicio de la población y humanidad. “Cuida tu salud y cuida tu medio ambiente” (en la imagen RSE).

## Socialmente responsable y solidaria

Realizamos y participamos en campañas de solidaridad, apoyando iniciativas y acciones que repercutan en el bien social de las personas menos favorecidas. Asimismo, como parte de los objetivos estratégicos de PRODELAC, llevamos a cabo nuestro negocio de manera responsable, buscando a través de nuestras acciones el desarrollo y el bienestar de las comunidades a las que servimos, así como el brindar ejemplo y motivación de crecimiento con la sociedad.

*“contribuimos al bienestar de la salud y la vida de las personas”.*



## Dispuestos a seguir trabajando

PRODELAC S.R.L. y su producto AGUA SANTA ISABEL agradecen principalmente a sus clientes, a quienes debemos esa gran confianza que depositaron en nosotros y por quienes nos levantamos día tras día para dar lo mejor de nuestro trabajo y lograr nuestra meta, que es: *“cuidar la vida, a través del consumo del agua de mesa”.*



Es una empresa del:  
Grupo Industrial “Santa Isabel”

# DIRECTORIO DE EMPRESAS

**EL DIARIO S.A.**  
**DECANO DE LA PRENSA NACIONAL**  
Calle Loayza # 118  
Tels. 2150900 - 2150901 - 2150902  
www.eldiario.net  
ventas@eldiario.net



**PIL ANDINA S.A.**  
**ELIGE SER SALUDABLE**  
Calle Coroico # 1482 Miraflores  
Telf. 2208881  
www.pilandina.com.bo  
info@pilandina.com.bo



**CONFITERÍA LA GAITA S.R.L.**  
**UNA TRADICIÓN PACEÑA**  
Calle Potosí # 161  
Telf. 2203830  
dasoca@ing10@hotmail.com



**ARTEMOBILE S.R.L.**  
**ESPECIALISTAS EN EQUIPAMIENTOS**  
Av. 20 de Octubre # 1615  
Telf. 2491181  
www.artemobile-bo.com  
artemobile@artemobile-bo.com



**COSIN LTDA.**  
**IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES DE EQUIPAMIENTO**  
Av. 16 de Julio # 1800, Edif. Cosmos - 4º piso  
Telf. 2355311  
grupocosin.com  
info@grupocosin.com



**FUNERARIA VALDIVIA**  
**MÁS DE 60 AÑOS BRINDANDO EL MEJOR SERVICIO FUNERARIO**  
Av. Busch # 1278, frente al Monumento a Busch, Miraflores  
Tels. 2224455 - 2225998 - 2225940  
funerariavaldivia@gmail.com



**DISMAC S.R.L.**  
**AHORA TODO PARA TU HOGAR EN UN SOLO LUGAR**  
Calle Eloy Salmón # 960  
Telf. 2450368  
www.dismac.com.bo





**TOTE'S LTDA.**  
**EXPERTOS EN LIMPIEZA**  
Av. Roma, No. 6815, Obrajés  
Tel. 2782209  
www.totes.com.bo  
info@totes.com.bo



**LABORATORIO HAHNEMANN**  
Casa Matriz Central La Paz  
Calle Pedro Salazar No. 692,  
Av. Ecuador, Sopocachi  
Tel. (2) 241-5441, Fax: (2)241-5444  
www.labhahnemann.com  
info@labhahnemann.com



**BANCO SOLIDARIO S.A.**  
**JUNTOS CRECEMOS**  
Calle Nicolás Acosta No. 289, esquina  
Cañada Strongest,  
Zona San Pedro  
Tels. 2484242 - 2484242/ 2486603  
www.bancosol.com.bo



**CONSULTORES DE SEGUROS S.A.**  
**CORREDORES Y ASESORES DE SEGUROS**  
Av. Sánchez Lima No. 2231, entre  
Fernando Guachalla y Rosendo  
Gutiérrez  
Tels.: 2422922 - 2422939  
sergiosuxo@conserltda.com



**HIDROELÉCTRICA BOLIVIANA S.A.**  
**APOSTANDO SU ENERGÍA POR BOLIVIA**  
Avenida Fuerza Naval Nº 22, Calacoto  
Telf. 2770765 - 2770965 - 2795662  
www.hidrobol.com  
hb@hidrobol.com



**VIVA**  
**EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES**  
**NUEVATEL PCS DE BOLIVIA S.A.**  
Calle Capitán Ravelo Nº 2289 esq. Rosendo  
Gutiérrez, Ed. Multicentro Torre C  
Telf. 244-2420  
www.viva.com.bo



**HOSPITAL ARCO IRIS S.R.L.**  
**CON VOCACIÓN SOCIAL AL SERVICIO**  
**DE LOS MÁS VULNERABLES**  
Av. 15 de Abril Nº 40, Villa Fátima  
Tel. 221 6021 - 800-16-2626  
www.arcoiris.org.bo  
hospital\_arcoiris@hotmail.com



**PRODELAC S.R.L.**  
**SANTA ISABEL**  
Calle Apurímac Nº 2125, ciudad de El Alto,  
Río Seco Km 17, Carretera Laja, Zona San José de  
Yunguyo  
Tels. 2-883904 - 2-883888 - 2-865333  
www.prodelac.com  
info@aguasantaisabel.com







