

# BolivianBusiness



**SMID**  
El partner de Google  
en Bolivia crece 200%  
COMUNICACIÓN CORPORATIVA

**VISIOTECH**  
Con tecnología óptica  
de la mano de Hoya  
COMUNICACIÓN CORPORATIVA



Año 17 / Edición Nº 801  
23 de diciembre de 2020  
Bs 50.- Precio de venta en Bolivia



## RDM2020

### RANKING DE MARCAS

POSTPANDEMIA | 15ª versión



PATROCINADORES:



Esta entidad es supervisada por ASFI

## TITANIUM

### ACCESO ILIMITADO

Acceso a Salas Vip Titanium en Aeropuertos Viru Viru en Santa Cruz y El Alto en La Paz.

**ECONOMICO**

Horarios: Lunes a sábado de 06:00 a 19:00 hrs. domingo de 06:00 a 14:00 hrs.

**VISA**  
Signature

**Banco ECONOMICO**

# File Server®



¿TARDAS MUCHO TIEMPO EN  
BUSCAR EL DOCUMENTO  
QUE NECESITAS?

¿TUS DOCUMENTOS OCUPAN ESPACIO QUE  
NECESITAS LIBERAR?

¿TUS DOCUMENTOS ESTAN PERDIDOS?

Te damos la solución...

**FILE SERVER® OFRECE SOLUCIONES  
INTEGRALES DE GESTIÓN, DIGITALIZACIÓN  
Y ARCHIVO DE DOCUMENTOS**

- ✓ **Guarda y Custodia de Documentos**
- ✓ **Digitalización**
- ✓ **Administración de Documentos**

**18 años**  
de experiencia avalan  
nuestro servicio

Contáctanos

☎ +[591] 721-32422

✉ marcelaperez@fileserver-int.net

🌐 [www.fileserver-int.net](http://www.fileserver-int.net)

📘 /File Server

# **BolivianBusiness**

**PUBLICACIÓN**

Jueves 31 de diciembre

— **A N U A R I O** —

**2020**

---

**PROYECCIONES  
2021**

---



**El reconocimiento  
ES MUTUO**

## **GRACIAS A LOS EXPERTOS**

por reconocernos  
en los campos de:

- **RSE**
- **INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**
- **LANZAMIENTO DE PRODUCTOS**
- **COMUNICACIÓN EXTERNA**

Nos impulsan a dar más  
de nosotros cada día.



# LOS MAYORES CUMPLIMOS

# 21 AÑOS

GRACIAS A NUESTROS CLIENTES POR PERMITIRNOS SER  
EL GRUPO DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA MÁS GRANDE  
DEL PAÍS.

McCANN  
90174



GRUPO  
ORTEGA  
LANDA



# INTRODUCCIÓN

## RDM 2020: MÁS SOLIDARIAS, ÁGILES Y MÁS CONECTADAS

La decimoquinta versión del Ranking de Marcas (RDM) de Bolivian Business será inolvidable. Las empresas privadas en Bolivia vivieron en el periodo octubre 2019 y octubre 2020 tres cambios de Gobierno y atravesaron la crisis sanitaria más intensa de los últimos 100 años. Las empresas, representadas en sus marcas, tuvieron que brindar servicios y productos en condiciones adversas, de incertidumbre y horarios restringidos. Por eso, esta edición del RDM es un homenaje que reconoce las me-

jores prácticas en RSE, nuevos productos, protección al talento humano, tecnología y comunicación. La investigación fue realizada por Bolivian Business que escogió a 100 expertos en Marketing, Publicidad, Investigación de Mercado y Comunicación Corporativa. Los 100 expertos lograron establecer cuáles fueron las 25 marcas más destacadas en la pandemia, las cuales fueron premiadas en un evento híbrido realizado en Santa Cruz. Le invitamos a inspirarse con las marcas más poderosas del 2020.

# BolivianBusiness

# RDM

## RANKING DE MARCAS

# 2020

### POSTPANDEMIA | 15° versión

## sumario

Introducción	4	Red Uno	49
Ranking por empresas	6	Samsung	50
Ranking por rubros	8	Laboratorios Bagó	51
Metodología/Expertos	10-26	BNB	52
Tigo	30	Dismac	53
CBN	32	Hipermaxi	54
Embol	34	Itacamba	55
Fotogalería	36-38	Unilever	56
Alianza Seguros	40	Soboce	57
Amazonas	42	Agimex	58
Consorcio Publicitario	43	Patrocinadores/Proveedores	59-62
Sofia	44	UPB	63
Farmacorp	45	Marriot	64
Imcruz	46	Fuego Latam	65
Los Tajibos Hotel	47	CEO Summit	66-69
PedidosYa	48	Business People	70

## S T A F F

DIRECTOR EJECUTIVO  
Jaime Calderón Calvo  
jcalderon@bolivianbusiness.com.bo

DIRECTORA COMERCIAL NACIONAL  
Isabel Carvajal Torrez  
icarvajal@bolivianbusiness.com.bo

EDITOR  
Abraham Carrillo  
acarrillo@bolivianbusiness.com.bo

PERIODISTAS  
Noemi Paz  
npaz@bolivianbusiness.com.bo

Diego Salazar  
dsalazar@bolivianbusiness.com.bo

Miguel Ángel Padilla  
mpadilla@bolivianbusiness.com.bo

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN  
Gady Mariela Choque Conde  
diseno@bolivianbusiness.com.bo

Fundado el 8 de junio de 2003

Barrio Sirari, calle Los Nogales N°107 Tel/fax: (591-3) 3420219 - 3410996

Líneas Directas: Comercial: 402-1252 Redacción: 402-1251

Santa Cruz - Bolivia

NUEVO  
CANAL DE  
SERVICIO  
PERSONALIZADO

800-10-2727  
www.lbc.bo

CONTÁCTANOS  
VÍA WHATSAPP.  
+591 2 2203131

- REPORTA UN SINIESTRO.
- COTIZA UN SEGURO.
- CONSULTA DEUDAS Y PAGA TU SEGURO O FRANQUICIA.
- OTRAS CONSULTAS.

LBC  
SEGUROS



# VIAJA EN EL TIEMPO

INVIERTE EN  
EL **PRESENTE**  
Y GANA EN EL  
**FUTURO** CON EL

# DPF

DIGITAL

ABRE TU **DPF 100% ONLINE** Y BENEFÍCIATE  
CON NUESTRAS MEJORES TASAS

**4.2% a 1 año / 4.5% a 2 años\***

\*ENTRE 365-370 DÍAS LA TASA ES DEL 4.2%  
Y ENTRE 720-725 DÍAS LA TASA ES DEL 4.5%



Esta entidad es supervisada por ASFI. Banco de Crédito de Bolivia S.A. Mayor información [www.bcp.com.bo](http://www.bcp.com.bo)



# Ranking de las empresas más premiadas



**8 premios**

**CBN**

**7 premios**



**6 premios**



**5 premios**

EMPRESA	RSE	Innovación Tecnológica	Lanzamiento de Productos	Protección al Talento Humano	Comunicación Externa	Genérico	TOTAL
Tigo		1	1	1	1	4	8
CBN	1	1	1	1	1	2	7
Embol Coca-Cola	1	1	1	1	1	1	6
Alianza Generales	1	1	1	1	1		5
Amazonas	1	1	1	1	1		5
Avícola Soffa	1	1	1	1	1		5
CRE	1	1	1	1	1		5
Farmacorp	1	1	1	1	1		5
Imcruz	1	1	1	1	1		5
Los Tajibos Hotel	1	1	1	1	1		5
PedidosYa	1	1	1	1	1		5
Red Uno	1	1	1	1	1		5
Samsung	1	1	1	1	1		5
Tropical Tours	1	1	1	1	1		5
Laboratorios Bagó	1	1	1	1			4
BNB	1	1	1		1		4
Dismac	1	1	1		1		4
Hipermaxi	1	1	1		1		4
Cinemark	1	1	1		1		4
Alianza Vida		1	1	1	1		4
Burger King		1	1	1	1		4
Multicenter		1		1		1	3
Itacamba			1	1	1		3
Unilever			1	1	1		3
Soboce	1	1					2
Agimex			1		1		2
LBC	1						1
Nestle	1						1
Viva	1						1
Aidisa		1					1
BMSC				1			1
IC Norte				1			1
Chalet La Suisse					1		1
Droguería Inti					1		1
BCP						1	1
Bolivian Business						1	1
Factory Grill & Bar			1				1

Yo Chef  
DISFRUTA MÁS, COCINA MENOS

Sofía

LO MEJOR DE LA  
**Navidad**  
ES ESTAR JUNTOS



DISFRUTA MÁS, COCINA MENOS



# Primeros lugares por rubros y categorías

## Categoría Industrial

RSE	Innovación Tecnológica	Lanzamiento de Productos	Protección al Talento Humano	Comunicación Externa
Telefónica				
Viva	Tigo	Tigo	Tigo	Tigo
Banco				
BNB	BNB	BNB	BMSC	BNB
Seguro General				
Alianza Generales	Alianza Generales	Alianza Generales	Alianza Generales	Alianza Generales
Seguro de Personas				
LBC	Alianza Vida	Alianza Vida	Alianza Vida	Alianza Vida
Farmacia				
Farmacorp	Farmacorp	Farmacorp	Farmacorp	Farmacorp
Automotriz				
Imcruz	Imcruz	Imcruz	Imcruz	Imcruz
Supermercado				
Hipermaxi	Hipermaxi	Hipermaxi	IC Norte	Hipermaxi
Empresa de cemento				
Soboce	Soboce	Itacamba	Itacamba	Itacamba
Empresa de elaboración alimentos				
Avícola Sofía	Avícola Sofía	Avícola Sofía	Avícola Sofía	Avícola Sofía
Empresa de importación masivos				
Nestle	Aidisa	Unilever	Unilever	Unilever
Empresa de bebidas no alcohólicas				
Embol Coca-Cola	Embol Coca-Cola	Embol Coca-Cola	Embol Coca-Cola	Embol Coca-Cola
Empresa de bebidas alcohólicas				
CBN	CBN	CBN	CBN	CBN
Línea aérea				
Amazonas	Amazonas	Amazonas	Amazonas	Amazonas
Tienda de electrodomésticos				
Dismac	Dismac	Dismac	Multicenter	Dismac
Laboratorio de medicamentos				
Laboratorios Bagó	Laboratorios Bagó	Laboratorios Bagó	Laboratorios Bagó	Droguería Inti
Hotel				
Los Tajibos Hotel	Los Tajibos Hotel	Los Tajibos Hotel	Los Tajibos Hotel	Los Tajibos Hotel
Cooperativa de servicios básicos				
CRE	CRE	CRE	CRE	CRE
Empresa celulares				
Samsung	Samsung	Samsung	Samsung	Samsung
Empresa de muebles				
	Multicenter	Agimex		Agimex
Restaurante				
		Factory Grill & Bar		Chalet La Suisse
Canal de televisión				
Red Uno	Red Uno	Red Uno	Red Uno	Red Uno
Cine				
Cinemark	Cinemark	Cinemark		Cinemark
Delivery				
PedidosYa	PedidosYa	PedidosYa	PedidosYa	PedidosYa
Comida rápida				
	Burger King	Burger King	Burger King	Burger King
Agencia de viajes				
Tropical Tours	Tropical Tours	Tropical Tours	Tropical Tours	Tropical Tours

## Categoría Genérica

Atención al cliente	BCP
Más invierte	CBN
Mejor tecnología digital	Tigo
Reputación	Embol Coca-Cola
Empresa para trabajar	Tigo

Comercio electrónico	Multicenter
Presencia en Facebook	Tigo
Presencia en Instagram	Tigo
Webinars abiertos	Bolivian Business
Eventos virtuales entretenimiento	CBN

**SAMSUNG**

# Galaxy Z Fold2



**Cambia la forma del futuro**



**SAMSUNG Plus**



**BolivianBusiness**  
**RDM2020**  
**RANKING DE MARCAS**  
POSTPANDEMIA | 15ª versión

El Semanario de negocios Bolivian Business, luego de recabar la opinión de 100 expertos en marketing, publicidad, Dircom's e Investigadores de Mercado, distingue a:

**SAMSUNG**  
EMPRESA CON MEJOR

RSE - INNOVACIÓN TECNOLÓGICA - LANZAMIENTO DE PRODUCTOS -  
PROTECCIÓN AL TALENTO HUMANO - COMUNICACIÓN EXTERNA

Santa Cruz, diciembre de 2020



# METODOLOGÍA

## Panel de 100 expertos eligió las marcas más innovadoras



La versión 2020 del Ranking de Marcas, contó con la participación de un panel de 100 expertos vinculados a las áreas de marketing, publicidad, comunicación e investigación de mercado. Todos ellos, invitados por Bolivian Business. El criterio y participación de estos especialistas, basados en su propia experiencia, fue clave para el estudio realizado y conocer las marcas destacadas por su labor y gestión en Responsabilidad Social Empresarial, Innovación Tecnológica, Lanzamiento de productos, Protección al Talento Humano y Comunicación Externa. Cabe mencionar, que el periodo de contacto y gestión de la encuesta enviada, con los especialistas fue de 15 días aproximadamente.

### CIFRAS

# 7.191

Respuestas recibidas por parte de los 100 expertos en 25 rubros y 5 categorías

# 4

Áreas de especialización: Comunicación (24), Marketing (43), Investigadores (24), Publicidad (9).

# 37

Empresas identificadas en el estudio. Se reconoció a las 25 más premiadas.

# 7

Premios fueron declarados "desiertos" por tener una mínima votación de los expertos.

Luego de conocida la opinión de los expertos, mediante un formulario abierto en tablas, se procedió a la tabulación y sistematización del mismo, depurando respuestas de los evaluadores sobre su mismo rubro (aspecto que se aclaró en la carta de invitación). Las categorías con más votación fueron las del rubro de telefónicas, Banca, Farmacia y empresas de elaboración de alimentos. Las que obtuvieron menor votación

fueron las empresas de muebles, cines, comida rápida y restaurantes. En este apartado de nueve páginas, Bolivian Business se complace en presentar a los 100 panelistas que integraron el selecto grupo de expertos. La presentación de los 100, tanto en la edición impresa como en las redes sociales del semanario, se realizaron de forma alfabética por apellido, de la A a la Z.

### PARA DESTACAR

✓ El Ranking Industrial (con 25 rubros de la economía) tuvo cinco criterios a evaluar: Responsabilidad Social Empresarial durante la pandemia, Innovación Tecnológica, Lanzamiento de Productos, protección al talento humano y comunicación externa.

✓ El Ranking genérico evaluó aspectos como Atención al Cliente, Empresa que más invierte, Mejor tecnología digital, Reputación, Mejor Empresa para trabajar, Comercio Electrónico, Presencia en Facebook, Presencia en Instagram, Webinars abiertos, Etc.

## 100 EXPERTOS



Andrea

**Aguilera**

JEFE DE MAKT. Y COMUNICACIÓN  
PPO Abogado

- Comunicadora Estratégica con posgrado en Comunicación Comercial.
- Tiene más de ocho años de experiencia en Comunicación Estratégica. Trabajó en Agencias Digitales, Fundaciones, Multinationales. Ha sido certificada como Coach Profesional y Gestora de Equipos por la International Coaching Federation (ICF) de EE.UU., y lleva más de 60 horas en sesiones de coaching con ejecutivos de diferentes industrias.
- Domina tres idiomas: español, alemán e inglés. Tiene 28 años. Publicó su primer libro, "Negocios Forestales" El mercado de los recursos naturales del bosque (2014).



Carola

**Aguilera Álvarez**

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN  
UNIVALLE SCZ

- Licenciada en Comunicación Social, de la UPSA, con diplomado en Imagen Corporativa. Posee una certificación CEM Expert, Customer - Experience Management, en IZO (2018).
- Notable experiencia laboral en empresas reconocidas. Fue gerente comercial de Los Tajibos Hotel; Subgerente de Comunicación, tanto en BMSC, como BNB, y analista de Comunicación Corporativa y Relaciones Externas en YPFB Transporte.
- Realizó diversos cursos, seminarios y talleres relacionados a comunicación e imagen corporativa, RSE, dirección estratégica y otros.



Leslie

**Alavconi Quezada**

DIRECTOR OF OPERATIONS  
EXMA Global

- Con una experiencia corporativa y emprendedora/empresarial de 12 años, Alavconi cuenta con la capacidad de planear, dirigir y ejecutar proyectos enfocados en resultados óptimos..
- Co-fundador de Thellaech Global Business, representantes de EXMA, la plataforma de marketing más grande e influyente de América Latina para Bolivia.
- Trabajó para grandes empresas de consumo masivo y selectivo en el gerenciamiento de marcas como Johnnie Walker, Farmacorp, GNC, Jonhson & Jonhson, L'Occitane, BVLGARI, P&G Prestige entre otras.



Diego

**Alcocer Frontanilla**

RESPONSABLE NAC. MARKETING  
UNIBienes

- Nació en La Paz. Tiene 38 años. Licenciado en Ingeniería Comercial.
- Actualmente es responsable nacional de marketing y comunicación en UNIBienes. Anteriormente, se desempeñó como Analista Nacional de Marketing y Comunicación en Banco Unión.
- Su experiencia en el rubro de telecomunicaciones, abarcó cargos como analista de soporte comercial, publicidad y comunicación en Entel Regional La Paz; analista de soporte comercial, publicidad y comunicación en Entel (La Paz) y ejecutivo de Cuentas, área de ventas directas.

# Una extensa red de comunicación a tu alcance.



**4 Múltiples salidas de internet.**  
(1 Argentina - 1 Chile - 2 Perú.  
Salidas por Pacífico y Atlántico).



**Tramos y redundancia de microondas.**  
Ampliamos a 15.073 km de Fibra Óptica.



**Redundancia en Seis Anillos de Fibra Óptica.**  
Proveedores Tier 1 para el servicio de internet.



Esta empresa está regulada y fiscalizada por la ATT.

**tigo** business  
Una solución para cada negocio



Ricardo

**Alemán Zapata**SOCIO (RESPONSABLE SANTA CRUZ)  
**Carrasco Firma de Abogados**

- Nació en La Paz (40 años). Con 18 años de experiencia laboral tiene una trayectoria notable en reconocidas empresas.
- Hace cinco años es Socio (responsable Santa Cruz) en Carrasco Firma de Abogados. Anteriormente fue Director y Socio Principal en Alemán Abogados; Subgerente Legal Nacional en Nuevatel PCS Bolivia, y Abogado Asociado Estudio Jurídico Gerke.
- Máster en Derecho Civil, Experto en Derecho Administrativo.

**Banco BISA**

- Banco BISA es una entidad financiera múltiple, atiende a todos los segmentos económicos del país, desde clientes corporativos hasta microempresarios.
- Fundada en julio de 1963, hoy tiene 57 años de vida institucional.
- Es referente en el sistema financiero boliviano, lidera uno de los principales conglomerados, el Grupo Financiero BISA, y ofrece servicios y productos con altos estándares de calidad y seguridad, para satisfacer las necesidades de sus clientes.



María del Rosario

**Arzabe Argandoña**

PUBLICISTA CREATIVA

- Conocida como 'Charito' Arzabe, profesional polifacética, es especialista en publicidad creativa, estrategia de marketing y propaganda política, dirección audiovisual y gráfica, y periodista.
- Diversos premios y liderazgo forman parte de su trayectoria. Fue presidente del Capítulo de Bolivia de ALAP y miembro de la Asoc. Agencias de Publicidad (2013), premio de la Cámara Junior a la Creatividad (2012), homenajeada como publicista Latinoamericana por IAA (2003-2005).

Nikolay Diego  
**Aponte Ugarte**JEFE NACIONAL  
DE MARKETING  
**Imcruz**

- Master en Marketing y Ventas. Licenciado en Ingeniería Comercial, con posgrado en Dirección Comercial.
- Antes de formar parte de la familia Imcruz, se desempeñó como Jefe Nacional de Marketing y Publicidad en SCJ (2011-2015); Jefe de Ventas y Marketing en Autos & Estilo (2010-2011) y Marketing Officer en Tigo (2007-2009). Cargos que fortalecieron su talento creativo, planificador, proactivo y motivador.



Eduardo

**Baeza Saavedra**

GERENTE GENERAL

**Agencia Publicitaria Raza**

- Nacido en Chile. Con 30 años de experiencia el campo creativo. Profesional en Diseño y Publicidad, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
- Hace nueva años es gerente general de Raza. En 2009, su empresa recibió el reconocimiento de "Mejores soluciones creativas". En 2006, fue distinguido como "Mejor creativo del país", según empresarios.



Miguel

**Barba Moscoso**GERENTE NACIONAL COMERCIAL  
**Itacamba**

- Ejecutivo con 20 años de experiencia y éxito demostrado en el sector de consumo masivo, empresas industriales y sector de insumos para la construcción.
- Ingeniero de Producción (UPB) Master en Administración de Negocios.
- Fue gerente Comercial Regional en Embol (2010-2015), gerente industrial en Embolpack (2010), Gerente de Proyectos Corporativos en Gravelta Bolivia, empresa en que trabajó más de 8 años.



Cynthia

**Barrero**

GERENTE COMERCIAL

**Emb. Resfrescos Internacionales**

- Profesional en Ingeniería Industrial con maestría en Marketing. Actualmente cursando un Doctorado en canales de comercialización.
- Experiencia laboral en la introducción de productos masivos al mercado nacional. Actualmente trabaja como gerente comercial de la Embotelladora de Refrescos Internacionales y es docente en la UAGRM Business School.



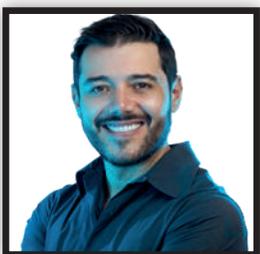
Juan Manuel

**Bejarano**

GERENTE GENERAL

**Incercruz**

- Ingeniero Industrial, con maestría en Dirección de Marketing, entrenador certificado en Training Neuroventas, entre otros posgrados y postítulos.
- Desde el 2015 es gerente general de Incercruz. Otros cargos importantes desempeñados fue como Gerente General de Incerpaz, La Paz (2014), Gerente General en Inceror, Oruro (2013), Subgerente Gerente General en Incerpaz (2011-2012).



Tito

**Benavidez**

CEO

**Smid Media Center**

- Especialista en Marketing y Medios Digitales. Actualmente, fundador y CEO de Smid Media Center, agencia Partner en Bolivia de Google. Cuenta
- Además es representante Fluvip Internacional para Bolivia, compañía de Influencer Marketing.
- Nacido en La Paz, vive en Santa Cruz de la Sierra. Casado con Lucía Asín.



Mariano

**Cabrera Lanfranconi**ESPECIALISTA  
EN MARKETING  
DIGITAL

- Licenciado en Publicidad, de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina (2003-2007). Actualmente es CoFundador de eCommerce Tech; CoFundador de Grupo Hemisferios desde 2018; y CoFundador y Accionista de TuMercadazo.com, 2017.
- Destaca su mentoría en CAINCO InnovaUP 2020, y StartUp Weekend 2013 y 2014, fue distinguido entre los 10 mejores bloggers de marketing en Español (Bitácoras 2006).



Alberto

**Cárdenas**ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN  
COPORATIVA

- Nació en La Paz. Formado en la Universidad Católica Boliviana.
- Tiene 20 años de experiencia en la gestión de comunicación y periodismo económico en importantes organizaciones nacionales e internacionales antes de decidir ser su propio jefe. A través de su emprendimiento "Alberto Cárdenas Comunicación e imagen corporativa", hace 10 años asesora a las empresas líderes en Banca, Seguros y Tecnología en Bolivia.



José Luis

**Cabruja**

CEO

**Cabruja Films**

- Nacido en Santa Cruz. Profesional en Marketing y Publicidad.
- Se desempeñó como field Marketing Manager de Red Bull Energy Drink y Miller Genuine Draft. Lleva 8 años en el negocio del cine publicitario con una visión enfocada en lo que buscan los clientes para sus marcas.
- CEO de Cabruja Films y Guarani Films. Ganadores del festival El Ojo de Iberoamérica, Región Sur 2019; finalistas en Lion Cannes 2019; y Ganadores de un Oro en Wina 2019.



# NUEVO CANAL DE SERVICIO

PERSONALIZADO

CONTÁCTANOS  
VÍA WHATSAPP.

**+591 2 2203131**

- REPORTA UN SINIESTRO.
- COTIZA UN SEGURO.
- CONSULTA DEUDAS Y PAGA TU SEGURO O FRANQUICIA.
- OTRAS CONSULTAS.

800-10-2727  
[www.lbc.bo](http://www.lbc.bo)



**LBC**  
SEGUROS



Este operador está bajo la fiscalización y control de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS



Ana  
**Cárdenas**  
ESPECIALISTA EN  
MARKETING

- Máster en Marketing Profesional de la Univ. Complutense Madrid, España,
- Cuenta con más de 20 años de experiencia laboral en Marketing Estratégico y Comunicación corporativa.
- Fue Gte. Nacional de Marketing y Comunicación en Nuevatel, Viva; Gerente de Inteligencia de Mercados y Fidelización de Clientes en Entel; Managing Director de Mullen Lowe y a la fecha Directora de Postgrado en La Paz.



Aníbal  
**Casanovas Zabala**  
GTE. NAC. CORP. COMERCIAL  
**Alianza Grupo Asegurador**

- Ingeniero Comercial, titulado de la Utepa. Cuenta con maestrías en Marketing y Ventas (EEN); Marketing y gestión Comercial (E.A.E Business School).
- Rconocido, en el EXMA 2018, entre los 50 mejores marketeros de Latinoamérica.
- Hace 10 años que forma parte del Grupo Asegurador Alianza y hace siete años se desempeña como Gte. Nacional Corp. de Desarrollo Comercial y Marketing.



Tania  
**Cayo**  
RESP. COMUNICACIÓN  
**Ferroviana Andina**

- Estratega en Comunicación Organizacional, con más de 12 años de experiencia laboral en ONG, instituciones públicas y privadas.
- Master en Procesos de Información y Comunicación (UCB). Realizó diplomados en RSE, Comunicación Organizacional, Estrategias de Comunicación
- Cuenta con su portal: [www.taniacayo.com](http://www.taniacayo.com); y mail: [contacto@taniacayo.com](mailto:contacto@taniacayo.com)



Paola  
**Chávez**  
GTE. DE EXPERIENCIA AL CLIENTE  
**Luma - Marelli - Arquivar**

- Licenciada en las carreras de Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica Organizacional Corporativa (Chile). Es máster en Administración de Empresas, con postgrado en Gestión de Organizaciones.
- Trabajó como Analista 3 Comercialización en Transredes, Shell Bolivia, donde obtuvo el premio Booster Alto Desempeño Laboral, en 2006. Lleva 12 años de trabajo en la empresa actual.



Zeina  
**Chequer**  
CEO  
**Sugar**

- Lic. en Ciencias de la comunicación, con maestría en marketing estratégico y especialización en comunicación corporativa. Tiene más de 23 años de experiencia en las áreas de comunicación, RRPP, Publicidad y Marketing estratégico.
- Trabajó con grandes marcas internacionales y locales, desarrollando estrategias de Marketing, comunicación y publicidad. Hace 6 años emprendió Sugar, una agencia integral de publicidad y comunicaciones.



Vladimir  
**Chileno Castro**  
GERENTE DE  
MARKETING  
**Muebles Inti**

- Licenciado en Marketing y Publicidad. Tiene 31 años.
- Desde el 2018, como gerente de marketing en Muebles Inti, ha implementado nuevos sistemas de seguimientos de clientes, optimización de la producción y control de inventarios, ofreciendo un mejor servicio a sus clientes.
- Antes de asumir la gerencia, se desempeñó en otras áreas de la empresa, desde diseño gráfico y asistente de gerencia comercial.



Bárbara  
**Cronembold**  
GERENTE DE MARKETING  
**Hipermaxi**

- Comunicadora Social.
- Desde el 2014 trabaja en Hipermax, y hace seis años que ocupa el cargo de gerente marketing y comunicación de esta prestigiosa cadena.
- Anteriormente fue gerente de marketing en Joyerías Anahí. Durante seis años fue presentadora de televisión en la Red Uno, además de ser co-productora de la revista femenina mantinal Pura Vida (Fuente LinkedIn).



Gabriel  
**Crespo**  
DIRECTOR  
COMERCIAL /  
MARKETING /  
COMUNICACIÓN  
**Farmacorp**

- Director Comercial y de Marketing con una trayectoria de más de 20 años en el manejo de estrategias de negocios enfocados en marketing, comercialización, gerenciamiento de empresas y equipos de alto desempeño en diversos países de Sudamérica (Ecuador, Perú, Bolivia, Argentina)
- A través de los años ha desarrollado estrategias innovadoras y eficientes que han permitido alcanzar una rápida y durable expansión de mercado. Desde el 2013 ocupa el cargo actual.



Ricardo  
**Cuéllar**  
MARKETING MANAGER HOME  
**Alicorp**

- Graduado con honores en Economía & Marketing Estratégico en la Univ. Complutense, Madrid y Executive MBA de la Universitat, Barcelona. 15 años liderando equipos, proyectos y planes anuales de Marketing & Comunicación en empresas líderes locales y multinacionales como Sofía, Citsa, Tigo, Nestlé y Alicorp entre otras.
- Consultor & Speaker enfocado en humanizar marcas y aportar a Bolivia desde el mundo publicitario.



Patricia  
**Dalence**  
ESPECIALISTA  
**Comunicación Corporativa**

- Comunicadora Social con especialidad en comunicación corporativa y RR.PP., con una Maestría en Administración de Empresas y Negocios Digitales cursada en la UPB y Univ. Politécnica Valencia, España.
- A la fecha, es Superintendente de Comunicación Corporativa en Minera San Cristóbal. Antes y por 12 años se desempeñó como Jefe de Comunicación en la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras, actual ASFI.



Sergio  
**Deheza**  
GERENTE COMERCIAL  
**Media Control Bolivia**

- Administrador de Empresas, de la Universidad Loyola, con postgrado en Gestión Empresarial.
- Tiene 25 años de experiencia en estrategia y negociaciones corporativas. Hace cuatros se desempeña como Gte. Comercial en MC Bolivia.
- Trabajó en empresas multinacionales y locales como Supervisor de Operaciones en DHL Bolivia; Gte. Nacional de Ventas en AXS, entre otras.



Bárbara  
**Delgado**  
DIRECTORA DE MERCADEO Y VENTAS  
**Marriott Santa Cruz de la Sierra**

- Nació en Venezuela. Profesional en Administración con mención Gerencia, del Instituto Universitario de Tecnología Venezuela.
- Hace 10 años forma parte de la Cadena de Hoteles Marriott. Fue Directora de Ventas en Marriott Venezuela Playa Grande, Renaissance Caracas la Castellana y Jw Marriott Caracas, y hace tres años y medio, se desempeña en el cargo actual.

**SUPER  
DPF**

Depósito a Plazo Fijo

**6.15%**

Existen números que te dicen que **estás creciendo**

**TU DINERO CELEBRA  
ESTE NÚMERO**



\*Tasa de interés anual



Esta entidad es supervisada por ASFI

 /Banco Ecofuturo  
 722-22210  
 800103112  
 [www.bancoecofuturo.com.bo](http://www.bancoecofuturo.com.bo)

 **Banco PYME  
Ecofuturo**  
Pensando en ti



Iván  
**Dorado Salazar**

GTE. DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
**Grupo Venado**

- Tiene 20 años de experiencia en el campo del marketing y publicidad. Es licenciado en Comunicación Publicitaria con maestría en Dirección y Administración de Empresas.
- Lleva 8 años en el Grupo Venado. Inició ocupando la gerencia de marketing por siete años, y en el último año asumió el reto del cargo actual.
- Trabajó seis en el Grupo Ortega Landa y cinco años en Mahs.



Samuel  
**Doria Medina**

GERENTE GENERAL  
**Los Tajibos Hotel**

- Economista, titulado de la Indiana University, USA.
- Nació en La Paz. Casado. Tiene 33 años. Hace cuatro años que se desempeña como gerente general del Hotel Los Tajibos.
- Dominio del inglés.



Sergio  
**Eguino Anaya**

DIRECTOR GENERAL  
**Move Group Bolivia**

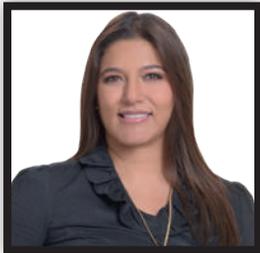
- Licenciado en Diseño y Publicidad, en Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA). Master en Marketing Digital, en la INCAE Business School
- Realizó estudios en Dirección en Comunicación Estratégica y Corporativa (UPSA); Dirección de Marketing Estratégico (U. virtual); y en Dirección Creativa Publicitaria, Argentina (Fund. Agulla y Baccetti)
- También es Director en Comunicación y Gobierno Corporativo en Viagregados Bolivia.



Nadia Jandira  
**Eid Melgar**

ESTRETEGA COMERCIAL, COMUNICACIÓN, RELACIONES CORP.

- Formada en Administración de Empresas, post grado en Desarrollo Gerencial y Empresario, MBA Industrial (Univ. Coruña de España) y diversos cursos.
- Más de 20 años de experiencia en gestión comercial e institucional para empresas nacionales e internacionales, como Tigo, Nuevatel, Multicom EHBP, entre otros.
- A la fecha es Gte. Proyecto Fundación RSE en Nacional Seguros, y asesora independiente en Nadia Eid Soluciones Corporativas.



Shadyah Patricia  
**Eid Selaez**

NATIONAL MARKETING MANAGER  
**Unilever**

- Nació en Tarija. 39 años. Es licenciada en Ingeniería Industrial (UCB), con estudios en Marketing Foundation Specialist; High Potential Leadership, en Unilever Argentina, además de una especialidad en gerenciamiento de Talento Humano.
- Lleva 16 años de experiencia laboral en Unilever (entre Bolivia Venezuela y Colombia) Actualmente es National Marketing Manager en Unilever.



Favio  
**Encinas**

FUNDADOR  
**Rock and Roll**

- Con 17 años de experiencia en el rubro Publicitario. Fundador y propietario de Rock and Roll, desde donde dirige la comunicación creativa de marcas prestigiosas como Tigo, Bcp y CBN entre otras. También es Director de la Escuelita de Creativos en Bolivia desde 2019.
- Comenzo su carrera en Ogilvy & Mather para continuar luego en Smart McCann Erickson como director de arte para Coca-Cola y el Banco Bisa.



Alejandro  
**Escobar Clavijo**

GERENTE DE MARKETING  
**Bodegas y Viñedos La Concepción**

- Profesional en Ingeniería Comercial y Administración de Empresas, (UCB), con Postgrado Marketing Relacional. Realizó AB Inbev's Marketing Excellence Academy, Univ. San Andrés, Argentina.
- Antes de ocupar el cargo actual, se desempeñó como jefe nacional de marketing Monopol; jefe nacional de Research, Insights & Innovation; y jefe nacional de Marketing Soft Drinks en CBN.



Claudia  
**Espinoza de Camacho**

GERENTE COMERCIAL Y MARKETING  
**Pollos Copacabana**

- Formada en Administración de Empresas, con estudios en especialización de marketing e implementación de estrategias comerciales.
- Actualmente es gerente comercial y de marketing en Servicios Copabol (Pollos Copacabana) y de Industrias Copacabana (Café Copacabana), la marca más reconocida en café tradicional boliviano.



Sergio Arturo  
**Estívariz Crespo**

GERENTE COMERCIAL  
**Grupo Forza**

- Ingeniero Comercial con 15 años de experiencia en comercialización de productos masivos, bienes raíces y servicio al cliente. Desempeñó labores con más de 200 personas a mi cargo, en puestos de ejecutivo de servicio al cliente, jefe regional, jefe nacional y gerente tanto general como comercial y de operaciones.
- Destacado por su habilidades en desarrollo de marcas, trabajo con proveedores, trade marketing ruteos, capacitación, inducción, etc.



Kitty Eyda  
**Feeney Suárez**

DIRECTORA DE ADMISIONES  
**UPSA**

- Licenciada en Comunicación Social (UPSA). Magíster en Marketing y Logística. Actualmente es Directora de Admisiones de la UPSA.
- Fue funcionaria en empresas prestigiosas en las áreas de comunicación, marketing y publicidad.
- Docente galardonada por la UPSA, por méritos en actualización y pedagogía.
- Jurado internacional, speaker en creatividad y guía de tesis experimentales.



Claudia  
**Fernández**

GTE. ASUNTOS PÚBLICOS, COM.  
**The Coca-Cola Company**

- Más de 15 años de experiencia corporativa en empresas privadas, en áreas de asuntos públicos, sustentabilidad y comunicación. Formada en Relaciones Internacionales y Derecho, con maestrías en Administración de Empresas, Derecho Internacional y Manejo de Conflictos.
- Desde abril 2017, es parte The Coca-Cola Company. Antes trabajó Gerente Desarrollo de Negocios en Sinopec y Coordinadora de Relaciones Externas, en Gas TransBoliviano.

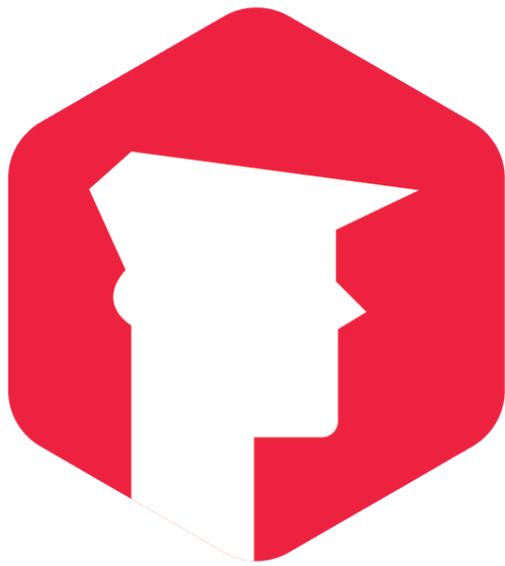


Carole  
**Ferra**

GERENTE ADMINISTRATIVA  
**Cerámica Rafaela**

- Licenciada en Administración de Empresa de la UNESC, Brasil. Máster en Dirección Estratégica de Empresas Familiares, de la UNINI Puerto Rico. Realizó otros estudios como Diplomado en Finanzas, en la NUR; Gestión en Marketing, en la UNESC, Brasil.
- Lleva 17 años de trabajo en Cerámica Rafaela, planta industrial que forma parte de Cerabol. Destacada por su destreza en la organización, estrategia y análisis de datos.

TESTIMONIOS



**SMID**

MEDIA CENTER



# El partner de Google en Bolivia crece 200%



Las credenciales de Smid son únicas en el mercado. En 2017, Smid, obtuvo la tan apreciada insignia de Google Partners, esto permitió que la firma pueda apoyar con buenas prácticas dentro del ecosistema de Google a varias marcas reconocidas en Bolivia.

EMPRESA. Es una central de medios especializada en las etapas de planificación del mix de medios online, implementación multiplataforma y reporte online.

“Nuestro equipo es 100% certificado en todo el ecosistema online de plataformas de anuncios como Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn y de analítica multiplataforma”, afirma Tito Benavides, fundador de Smid Central de Medios.

La empresa es una compañía boliviana que opera con colaboración

de especialistas desde Argentina, Venezuela y México. Su equipo se capacita quincenalmente con equipos internos y cada 3 meses con equipos externos de profesionales o partners. Esto los mantiene actualizados al acelerado desarrollo de medios de pago online. La cuarentena rígida por el Covid-19 generó un incremento en la actividad online que demandó acelerar los canales online, dando como resultado elevar la facturación del segundo semestre 2020 vs 2019 en 200 %. La cartera de clientes de Smid en su trayectoria es muy amplia, trabajó con marcas como Samsung, Tigo, Soboce, Grupo Forza, FairPlay, Farmacorp, Grupo Venado, El Pilat, Multi-center, y muchos otros más. “En enero habilitaremos un nuevo equipo para atender 10 marcas medianas o 2 grandes”, concluye Benavides.

3

Son los países que colaboran en su operación con especialistas desde Argentina, Venezuela y México.

10

Marcas medianas y 2 grandes se suman a su cartera de clientes para el próximo año, para el cual habilitarán un nuevo equipo de trabajo.



“Smid nos desarrolló un excelente diagnóstico sobre nuestro ecosistema digital, lo que permitió replantear la estrategia para optimizar nuestro desempeño. Trabajar con Tito y Smid, nos ayudó a ilustrar el futuro de SOBOCE en el mundo digital”.

Viviana Vogels  
JEFE NACIONAL DE MARCAS- SOBOCE



“Realizan un trabajo muy profesional. En el tiempo van dando soporte a las decisiones que tomamos como compañía en base a datos y métricas que nos ayudan a tomar mejores decisiones. Tienen un buen equipo de trabajo, amistoso y profesional”.

Juan Pablo Salinas  
GERENTE GENERAL- E COMM



“No basta con tener buena intuición para conseguir los objetivos, la data es vital a la hora de definir una estrategia de publicidad. Sin duda, esa es una de las mayores fortalezas de un equipo altamente profesional, motivado por la innovación tecnológica, y brindar el soporte a sus ‘partners’ más que clientes”.

Daniela Aranibar  
SUBGERENTE DE MARKETING Y TRADEMARKETING- GRUPO FORZA

## PARA DESTACAR

✓ Planificación y ejecución de campañas de pago en medios online:  
a) Desarrollo de Buyer persona. b) Investigación de medios. c) Planificación de medios. d) Implementación de campañas multiplataforma. e) Optimización de campañas. f) Reporte online. g) Análisis y

cumplimiento de KPIs.  
✓ Consultorías en Marketing Digital:  
a) Creación de Playbook de marca y campaña. b) Investigaciones. c) Auditorías. d) Desarrollo de estrategias online. e) Implementación de tecnologías de seguimiento. f) Análisis y determinación de KPIs.

### MANUEL VERA - CMS CHIEF MEDIA SPECIALIST

#### “Planificar y ejecutar en los medios correctos”

El modelo de compra de pauta cerrada o por objetivos, es un modelo de venta de medios bajo tarifas fijas facturadas, que garantizan un

cumplimiento mínimo de objetivos por campaña como, por ejemplo: CPI o costo por instalación de app, CPC o costo por click, CPM o costo por mil impresiones, CPV o costo por visualización de video y CPE o costo por interacción. Los objetivos se fijan en base a los KPIs de la campaña y somos los únicos que ofrecemos este modelo de compra en cualquier plataforma. Somos traffickers digitales, profesionales que se dedican a elaborar campañas publicitarias online e implementarlas con el objetivo de conseguir tráfico de calidad para convertirlo en conversiones.



### TITO BENAVIDES - FUNDADOR Y CEO SMID MEDIA CENTER

#### “La primera central de medios 100% digital”

SMID nace en octubre 2012 como una agencia digital multiservicios, trabajamos en el desarrollo de medios y comunicación digital con más de 100 marcas a nivel nacional, fuimos una de las primeras agencias Digitales a nivel nacional con oficinas en Santa Cruz y la Paz. A lo largo de nuestra trayectoria identificamos la oportunidad de especializarnos en uno de los procesos más delicados y específicos del proceso de comunicación online: las etapas de planificación del mix de medios, implementación multiplataforma y reporte online. Nos concentramos en mejorar los rendimientos de las inversiones de nuestros clientes en todas las plataformas,

apoyados con tecnología propia y de terceros, para brindar servicios optimizando hasta un 50% tiempos de ejecución sin perder calidad.





Giovanni

**Gamarra Ruíz**COUNTRY MANAGING PARAGUAY - BOLIVIA  
ASP Facebook Cisneros Interactive

- Profesional en Administración y Dirección de Empresas, (Incae Costa Rica), con Diplomado en Gerentes Líderes. En Estados Unidos realizó estudios en Business of Entertainment, Media & Sports Management, es profesional de planificación certificado por Facebook.
- El 2020 fue el Capacitador principal en Facebook Blueprint Trainer Network.



Cecilia

**Gómez Vargas**RESP. NACIONAL DE MARKETING  
Credinform International

- Licenciada en Comunicación Social, de la UPSA, con Diplomado en Gestión por Competencias. Realizó cursos de Marketing digital, Comunicación Corporativa, Adm. de personal y RRPP.
- A la fecha es responsable nacional de marketing y comunicación, en Credinform International. Anteriormente, se desempeñó como jefe de marketing en Casamoda y analista de comunicación, en BMSC.



Álvaro

**Gonzales Jordán**DIRECTOR  
Grupo Agimex

- Lleva 15 años en la industria del mueble. Es experto en negociación, planificación comercial, retail, gestión de relaciones con el cliente y conformación de equipos de alto rendimiento (Team Building). Experto en desarrollar estrategia de penetración de mercado y posicionamiento con resultados exitosos.
- Doble titulación: Economía y Marketing Management, Georgia Southern University.



Sahara

**Guidi**DIRECTORA DE COMUNICACIÓN  
VIVA Bolivia

- Profesional en Comunicación Estratégica y Corporativa, (UPSA). Diplomada en Dirección de Comunicación Organizacional, de la Univ. Cuauhtémoc.
- Entre sus principales cargos ocupados destaca: Product Manager en Go Media (2015-2016); Jefe de Relaciones Informativas, en Rodríguez & Baudoin (2016-2018), Director de Marketing y Comunicación en Ferrere Abogados (2018-2019).



María Del Pilar

**Herrera Sánchez**CARGO CARGO CARGO CARGO  
Empresa Empresa

- Profesional en Marketing y Publicidad. Cuenta con una amplia experiencia en consumo masivo en el rubro de alimentos y bebidas, ocupando diferentes cargos en el área comercial y marketing.
- Fue gerente comercial en IMBA (2016-oct. 2020); gerente comercial en D&M, SAIV y Campos de Solana (2014-2016); gerente comercial en Licor; Business Manager Cafés y Bebidas, en Nestlé (2007-2011).

**FANCESA**

- Fábrica Nacional de Cemento, es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cemento.
- Tiene 61 años de operaciones en el mercado. Su aniversario es cada 21 de enero. Tiene presencia en Santa Cruz, con sede en Sucre.
- Genera 353 empleos regulares. (Información basada del WIW 2020, Bolivian Business).



Yuri

**Jiménez**FOUNDER Y CHIEF STRATEGY  
Magic&Logic

- Profesional con dos décadas de experiencia en el mundo de la Publicidad y el Marketing en los mercados de Perú y Bolivia. Licenciado en Ciencias Publicitarias del Instituto Peruano de Publicidad y titulado como Planner Estratégico en La Escuela de Creativos de Argentina.
- Miembro Fundador de APG Bolivia. Founder y Chief Strategy Officer en MAGIC&LOGIC.



Giovana

**Jiménez Rodríguez**GERENTE NACIONAL DE MARKETING  
AGSA

- Licenciada en Administración. Cuenta con maestrías en Administración de negocios, Dirección de Mercadotecnia y Marketing Digital (en curso).
- Fue gerente Comercial de E-Commerce, en Go Store (2016-2018); gerente comercial en Grupo Keystone Development, USA/Bolivia (2008-2016); Jefe Nacional de Marketing en Zurich Bolivia (2007) y Gerente Administrativo de Negocios, Megaphone Movistas, Chile (2005-2007).



Paola

**Jordán**CONNECTIONS MANAGER  
CBN

- Licenciada en Comunicación Social, de la UMSA.
- Actualmente es parte del equipo de Marketing de CBN (AB inbev Bolivia), dirigiendo el área de connections de la compañía y trabajando con las marcas más importantes del país. Por 17 años, trabajó en el área de publicidad y medios, manejó grandes cuentas internacionales. El 2008 fue jefe de marketing en Bolivisión. (LinkedIn).



Tania

**Landívar**SUPERVISORA DE MARKETING  
Herbalife

- Formada en Administración de Empresas, (UPSA), MBA con mención en marketing, ADEN. Realizó diversos diplomados en Dirección de Marketing, Educación Superior y Comercio Electrónico (E-Commerce).
- Profesional con veinte años de experiencia en el rubro comercial. Fue Directora de Marketing en la UPSA; jefe comercial y jefe de administración en Belcorp.



Carolina

**Llobet**ESPECIALISTA EN  
MARKETING

- Ingeniero Comercial (UCB), con maestría en Dirección de Marketing (Univ. Pacífico, Chile).
- A la fecha está desarrollando un nuevo proyecto de innovación en E-Commerce Bolivia, que será lanzado en el año 2021.
- Tiene una notable trayectoria profesional, como Directora de Marketing & Business Development en Moreno Baldvieso; marketing en ele3 ele4; y Country Manager en Adolfo Dominguez.



Gloria

**López Justiniano**GERENTE DE MARKETING  
Autokorp Bolivia

- Licenciada en Administración de Empresas (UPSA). Master in Business Administration en Marketing y Ventas (EEN).
- Actualmente es gerente de marketing en Autokorp. Se desempeñó, antes como responsable nacional de marketing en Grupo Empresarial Nacional Vida y jefe de marketing en Nacional Seguros Vida y Salud; y Analista de Publicidad y Comunicación en BMSC.



Gracias al reconocimiento de grandes profesionales estamos en el Ranking de las 25 mejores marcas de Bolivia.

EMPRESA CON MEJOR:

**RSE**

**INNOVACIÓN TECNOLÓGICA  
LANZAMIENTO DE PRODUCTOS  
COMUNICACIÓN EXTERNA**

Nosotros seguiremos trabajando para brindarles un mejor servicio.

**Marcos  
López**GERENTE NAL. DE COMERCIALIZACIÓN  
**Soboce**

- Cuenta con Lic. en Ingeniería Civil en la Escuela Militar de Ingeniería, Diplomado en Alta Gerencia, Marketing Estratégico y Finanzas Corporativas.
- Es Magíster en Administración de Empresas (MBA) con Especialidad en Ventas & Marketing, Gestión Estratégica, Liderazgo y Coaching Empresarial.
- Tiene más de 15 años de experiencia directiva en funciones de Alta Gerencia Comercial y Marketing.

**Laura  
Lozano**  
GERENTE NAL.  
DE MARKETING  
**Sofía**

- Tiene una amplia trayectoria comercial empresarial, experiencia en cargos similares en Marketing, Trade y Ventas, en empresas multinacionales y nacionales como Unilever, Nestlé, New Zealand Milk, Astrix, Madisa.
- Realizó estudios de Ingeniería Química, en México, en la Universidad Autónoma Metropolitana; MBA en España, en la Escuela de Negocio y Universidad Politécnica de Madrid.

**Jaime  
Mendiola**JEFE DE MARKETING Y COMUNICACIÓN  
**BoA**

- Egresado de las carreras de licenciatura en Administración de Empresas y también en Administración Turística, de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, de La Paz.
- Cuenta con una maestría en Marketing y diplomado en Formación Docente para la Educación Superior.
- Es experto en Neuromarketing y programación neurolingüística.

**Elvy Eliette  
Malpartida**  
JEFE NAL. DE  
MARKETING  
**Dismac**

- Comunicadora social, egresada de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA).
- Tiene experiencia en publicidad, comunicación corporativa y relaciones públicas.
- Posee diplomados en Comunicación Corporativa & Estratégica, así como en "Plan de Marketing Estratégico".
- Actualmente cursa una maestría en "Dirección estratégica de empresas".

**María Laura  
Mendoza**GTE. DE MARCA Y COMUNICACIÓN  
**Tigo**

- Egresada de la carrera de comunicación social de la UPSA.
- Cuenta con una maestría en Gestión de la comunicación en las organizaciones, de la Universidad Austral, y varios cursos relacionados, entre ellos el más destacado: Kellogg on Branding. Aplica su formación, conocimiento y experiencia al diseño, gestión, ejecución y evaluación de la comunicación corporativa interna y externa.

**Jimena  
Montero**  
GERENTE GENERAL  
**Glow**

- Licenciada en comunicación social, con especialidad en Marketing y Publicidad.
- Posee una maestría en Marketing internacional corporativo, así como un diplomado en Liderazgo ejecutivo.
- Lidera, desde hace 12 años, Glow Comunicación Estratégica, una empresa dedicada a brindar servicios de BTL, estrategias 360°, eventos corporativos y lanzamientos de productos y servicios.

**Renzo  
Mori Alvarado**  
DIRECTOR GENERAL CREATIVO  
**Athos**

- Graduado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres (Lima - Perú), con especialización en Creatividad Publicitaria.
- Posee certificaciones en creatividad publicitaria, redes sociales, estrategia publicitaria y planning estratégico.
- Tiene experiencia en países como Perú, Paraguay y Bolivia. Fue ganador de más de 25 premios como publicista en sus diferentes categorías.

**Amaury  
Mosquera**  
GERENTE COMERCIAL  
**Air Europa**

- Es egresado de la carrera de administración de empresas, con especialidad en marketing.
- Coach comercial y gestor profesional de ventas.
- Cuenta con amplia experiencia en la industria hotelera.
- Está vinculado desde el 2015 a la industria de la aviación comercial.

**Nathalia  
Munhoz**GTE DE MARKETING PARA BOLIVIA  
**The Coca-Cola Company Bolivia**

- Nació en Brasil, pero vive en Bolivia hace 14 años. Tiene una licenciatura en Marketing y Logística.
- Empezó su carrera profesional en Cervecería Boliviana Nacional, en el área de trade marketing, posteriormente en marketing, pasando por varias jefaturas de grandes marcas como Paceaña, Huarí, Corona y Beck's.
- Lleva cinco años trabajando para The Coca-Cola Company.

**Gaby Lourdes  
Negrete**  
DIRECTORA  
**Gaby Negrete  
Consultora de  
Negocios**

- Tiene una licenciatura en ingeniería comercial, master en Dirección y Gerenciamiento de Marketing, así como en Comercio Internacional, así como diplomados en Marketing de Moda, en Educación Superior y en Educación Superior en entornos Virtuales.
- Realizó cursos en el área de Marketing, Franquicias, Incubadora de Negocios, Creación de empresas, Negocios y Comercio Internacional dentro y fuera del país.

**Remy  
Orgaz**  
FOUNDER & CEO  
**Bolivia Branding**

- Egresado de la carrera de comunicación social de la UCB.
- Cuenta con maestrías en Ciencias Políticas y en Dirección de Empresas.
- CEO Management Program y realizó un Programa Ejecutivo de Alta Gerencia.
- Tiene experiencia en mercadeo social y también se desempeñó como asesor en comunicación.

**Michelle  
Noriega**  
GTE. DE CLIENTES  
& MARKETING  
**Imcruz**

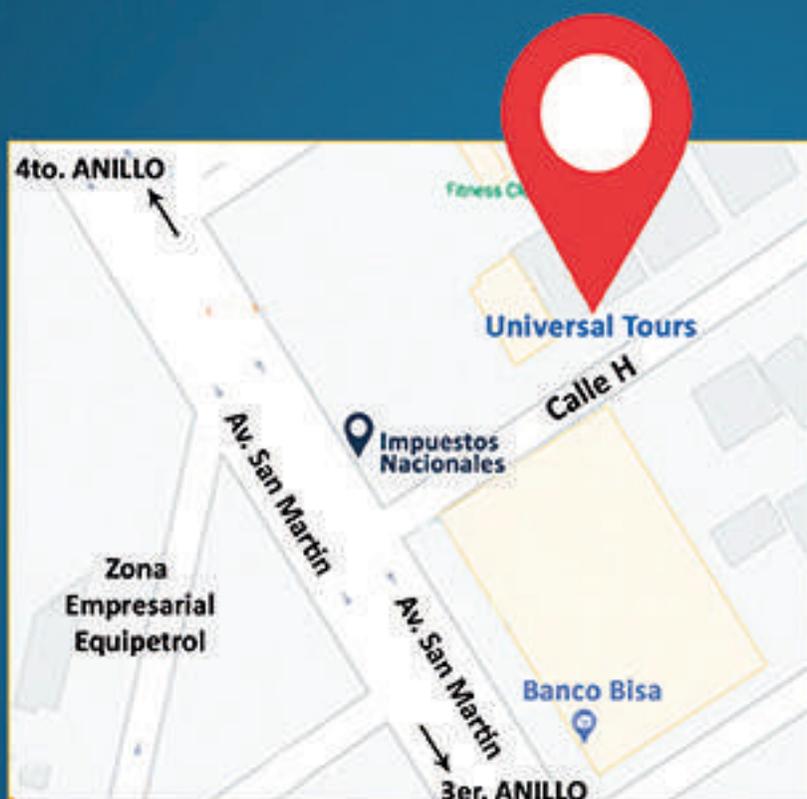
- Formada en la carrera de Administración de Empresas en la Universidad del Pacífico, con especialización en Finanzas y Marketing.
- Tiene más de 15 años de experiencia en empresas multinacionales líderes en su rubro. Experiencia en temas relacionados con control interno, auditoría, finanzas, Experiencia de Clientes & Marketing.
- Realizó una especialización en Análisis de Estados Financieros en la Universidad Católica del Perú.

Ha sido un camino muy Difícil, pero estamos más unidos que nunca.

# Universal Tours

**LTN**  
**BOLIVIA**  
LALIANXA TRAVEL NETWORK

## Estrena Nuevas Oficinas



Equipetrol Norte  
Av. San Martín Calle H Nro. 35  
Zona Empresarial

- Asesoramiento de Viajes
- Boletos Aéreos
- Alquiler de Autos
- Cruceros
- Reservas de Hotel
- Paquetes y Excursiones.
- Coordinación de Bodas
- Organización de Eventos y Congresos
- Vacaciones familiares
- Pasanacos de amigos.
- Servicio 24/7 los 365 días del año
- Tarjetas de Asistencia al Viajero
- Visas y mucho más....



### Oficina Central Bolivia

Equipetrol Norte - Av. San Martín, Calle H No.35  
(591 - 3) 344-9777 - Cel. 77360004  
(591) 77332206 - 24/7 77619322  
universal@universaltours.com.bo

### Sucursal 1

Ventura Mall - 2do Nivel, Local 14 - Lado BNB  
(591 - 3) 402-3059 - Cel. 75015509

### Sucursal 2

Comercial Cañoto Local 138  
(591 - 3) 334-9777

**Humberto  
Oroza**DIRECTOR DE MARKETING  
**Huawei Bolivia**

- Es Licenciado en Administración de Empresas. Cuenta con un Diplomado en Nuevas Tecnologías y su Impacto en los Negocios. Asimismo, una Maestría en Gestión de Servicios Tecnológicos.
- Anteriormente se desempeñó como gerente comercial en Brightstar Bolivia; gerente de productos, Samsung Electronics Bolivia y gerente de categoría en Tigo Bolivia.

**Juan  
Ortega Landa**CHIEF EXECUTIVE OFFICER  
**Grupo Ortega Landa**

- Llevas 40 años trabajando en el área de marketing. Abogado de profesión quien posteriormente realizó estudios de maestría en la U. Thunderbird School of Global Management, lugar donde empezó un largo journey en diferentes posiciones de esta disciplina. Durante los últimos 20 años, estuvo dedicado a construir y volverse un referente publicitario. Por sus oficinas pasaron más del 50% de profesionales del área que hoy se dedican a la publicidad.

**Elizabeth  
Palenque**CONSULTORA EN COM. ESTRATÉGICA  
**Lizzie Palenque & Partners**

- Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Cuenta con un Post Grado en Comunicación Estratégica. Tiene estudios especializados en Marketing, Relaciones Públicas y Educación Superior. Tiene 20 años de experiencia en el área de la Comunicación Corporativa, Publicidad y Relaciones Públicas, asimismo, se desempeñó en cargos ejecutivos de dirección en empresas de Publicidad, en diferentes empresas Multinacionales.

**Sergio  
Palomo**SUBGERENTE NAL. MARKETING  
**Monopol**

- Ingeniero Comercial con Maestría en Marketing y Ventas, tiene alta experiencia en área de Marketing, Trade marketing, ventas y servicio al cliente. Asimismo, en implementación de planes integrales de negocio, marketing tradicional y digital en mercados de consumo masivo y mercados premium de bienes y servicios. Anteriormente trabajó en empresas como: COMTECO. Hansa, Sony, etc.

**Stephan  
Pelaez**GERENTE DE MARCA  
**Singani Casa Real & Singani 63**

- Es licenciado en Creación y Desarrollo de Empresas. Es un profesional con más de 8 años de experiencia nacional e internacional ejerciendo diferentes roles y liderando equipos dentro del sector de bebidas y consumo masivo.
- Anteriormente se desempeñó como: Jefe de Pricing & Revenue Management AB INBEV - CBN. Craft Brand Project Manager, B INBEV, etc.

**Marcela  
Pérez**  
DIRECTORA  
COMERCIAL- SOCIA  
ACCIONISTA  
**File Server**

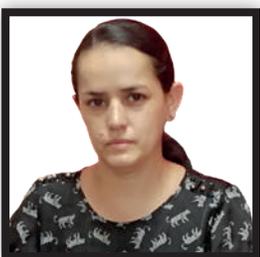
- Ingeniera Comercial de profesión.
- Cuenta con un postgrado en Dirección con Mención en Marketing.
- Diplomado en Habilidades Gerenciales, Diplomado en Dirección de Empresas y Recursos Humanos, Diplomado en Estrategia y Cambio, entre otros.
- Anteriormente se desempeñó como: Directora de Ventas de Los Tajibos Hotel, Gerente de Marketing y Ventas de Buganvillas Spa & Hotel, Gerente Comercial de Fragance, etc.

**Luis  
Quiroz**GERENTE NAL. DE MARKETING  
**Viajes Espacial**

- Licenciado en Comunicación Social. Actualmente se desempeña como Gerente Nacional de Marketing en Viajes Espacial Representante internacional Royal Caribbean.
- Anteriormente se desempeñó como Gerente Nacional de Marketing Tropical Tours. Es docente universitario, Speaker Motivacional y de Marketing, además, es autor y creador de contenidos.

**Mauricio  
Porro**  
GERENTE DE  
MARKETING Y  
PLANIFICACIÓN  
**BMSC**

- Licenciado en Administrador de Empresas. Tiene una Maestría en Comercio Internacional así como Kellogg on Marketing.
- Anteriormente, se desempeñó como: Gerente de Producto en la telefónica Viva. Gerente de Relaciones Comerciales en Entel.
- Tiene 20 años de experiencia laboral, de los cuales 8 trabajando en el Banco Mercantil Santa Cruz.

**Yovanna  
Ribera**GERENTE NAL. DE MARKETING  
**Opal Ltda.**

- Licenciada en Comunicación Social con Maestría en Marketing Estratégico y más de 15 años de experiencia. A lo largo de los años desarrolló marcas de nivel mundial como: Nivea, Nosotras, Adidas, Jhonnie Walker, Rush Energy, Cuba Libre y Ferrero entre Otras. Desde el 2010 es Gerente Nacional de Marketing de Opal Ltda. empresa líder en distribución nacional de Bebidas.

**Mariela  
Rivera**GERENTE NAL. DE MARKETING  
**Faboce**

- Licenciada en Ingeniería Comercial. Cuenta con un Master en Comercio y Relaciones Internacionales.
- Anteriormente se desempeñó como Brand Manager - Pil Andina, Gerente Comercial Nacional en Faboce, Subgerente Comercial Nacional en Faboce y Jefe Regional de Comercialización en Faboce.

**Julia  
Rivero**GERENTE NAL. DE MARKETING  
**Grupo Venado**

- Gerente Comercial, Gerente de Marketing, a la fecha está cursando un MBA en ADEN International Business School, Publicidad y Diseño Gráfico de la Universidad Privada de Santa Cruz. Asimismo, realizó cursos relacionados con el área de ventas, trade/canales de ventas, PNL y marketing. Tiene amplia experiencia en diseño, planificación y coordinación de estrategias de las áreas de ventas y Marketing.

**Juan Pablo  
Roda**SUB GERENTE DE TRADE MARKETING  
**Gladymar**

- Realizó estudios International Business Management en Bryant University (Rhode Island - USA). Desde hace tres años desempeña el cargo de Sub Gerente de Trade Marketing en Cerámica Gladymar.

# VISIOTECH

Trae a Bolivia lo último en tecnología óptica de la mano de HOYA

**H**OYA y VISIOTECH anunciaron una alianza visionaria para Bolivia. Se trata de un acuerdo estratégico que permitirá fortalecer el rubro de la óptica en el país y mejorar tecnológicamente el producto final que recibirá el usuario. Con 80 años de trayectoria en la industria, la empresa japonesa HOYA llega al país luego de encontrar en VISIOTECH un aliado con los valores y capacidad tecnológica que cumpla con sus elevados estándares de calidad y vocación por la innovación continua. Así, Bolivia se convierte

en el primer país de Latinoamérica en asegurar la innovación futura de HOYA. VISIOTECH es una empresa líder en el país en la fabricación de lentes oftálmicos, iniciando sus operaciones en 1976 como Óptica Santa Lucía, en la ciudad de Sucre. Para la empresa familiar, su vocación orienta-

da a dar lo mejor al cliente, a la innovación y a la reinención, fueron los pasos que llevaron a que en 2015 crearan la unidad de negocios VISIOTECH. A través de esta última, ofrecen productos ópticos de calidad a todo el país por medio de sus ópticas aliadas.

Con casi 45 años en el rubro, bajo la premisa de fabricar y distribuir lentes y tecnología óptica de alto nivel para todo el país, VISIOTECH se ha convertido en el proveedor de cientos de ópticas bolivianas, creciendo de manera acelerada gracias a la confianza de sus aliados y a la calidad de su

## “Al retornar al país, mi misión fue traer HOYA”

**D**urante mis años universitarios en EE.UU., tuve la oportunidad de comparar la tecnología óptica de varios líderes mundiales. Entre todos, HOYA siempre sobresalió por su innovación tecnológica y los sorprendentes resultados que los usuarios tenían. Retornando a Bolivia, supe que mi misión era traer HOYA al país. Previo a que VISIOTECH inicie su alianza con HOYA, habíamos trabajado

con una de sus subsidiarias de EE.UU.; la fábrica de lentes Vision Ease. En los años que empezamos a trabajar con HOYA para convertirnos en el laboratorio que manufactura con su tecnología, no solo experimentamos a mayor escala su capacidad tecnológica, sino que su proceso de validación nos obligó a igualarla, trayendo al país lo mejor que ofrece el mundo de la óptica.

**FERNANDO AUZA** - GERENTE GENERAL VISIOTECH



*“VISIOTECH es el primer laboratorio en Latinoamérica en obtener la validación técnica para trabajar la tecnología Hoya, representando un gran avance para Bolivia y el rubro óptico en general”*

## VISIOTECH, una historia de tres generaciones

VISIOTECH tiene una historia familiar que se remonta a tres generaciones dedicadas al rubro de la óptica. A lo largo del tiempo se fue adaptando al crecimiento de la industria, incorporando un laboratorio con tecnología digital muy bien estructurada, así como técnicos altamente capacitados en los procesos de producción. Durante el proceso de validación establecido por HOYA para concretar la alianza con VISIOTECH, se siguió un riguroso camino de transferencia tecnológica en el que participaron ingenieros de la multinacional, op-

timizando muchos de los procesos de forma ágil gracias a los niveles de adaptabilidad y sobre todo a los altos estándares de calidad que siguen los productos realizados por el laboratorio chuquisaqueño.

“VISIOTECH demostró estar a la altura de laboratorios de primer nivel, con los que trabajamos a nivel mundial” asegura la compañía japonesa. Claramente VISIOTECH tiene una visión de futuro emparentada con la filosofía de HOYA. Sin duda, ambas empresas escribirán una página en la evolución del mercado óptico en Bolivia.



Escanea el código para conocer más sobre sus productos



**Ignacio  
Rojas Paz  
Soldán**MARKETING  
MANAGER  
**Itacamba  
Cemento**

- Profesional en Marketing y Logística, experto en planificación estratégica y elaboración de campañas integrales, especialista en estudios sobre el comportamiento del consumidor.
- A la fecha es marketing manager, en Itacamba Cemento. Trabajo en reconocidas empresas como Brand Building DEOS en Unilever; jefe de marketing en Compañía de Inversiones Las Brisas; jefe de marketing den Telepizza Bolivia; Director Ejecutivo en Hemisferio Centro, consultora estratégica.

**Regina  
Rozenman**PRESIDENTE  
EJECUTIVO  
**Consorcio  
Publicitario**

- Es licenciada en Publicidad y Comunicación Social. Tiene una Maestría en Marketing y Dirección de Negocios. Tiene 30 años de experiencia en el área de medios y agencias de publicidad. Es creadora del HCP, Holding de Comunicación Publicitaria, conformado por 4 Agencias: CP (Consorcio Publicitario), MAA (Media Advertising Agency), DMA (Digital Media Agency) y Geometry Global (Agencia de Activaciones) recientemente fusionada con VMLY&R Commerce.

**Jaime  
Saavedra**MARKETING  
COMMUNICATIONS  
MANAGER  
**Banco  
Económico**

- Es MBA con más de 30 años de experiencia en la gestión de empresas. Con experiencia en el sector minorista, de telecomunicaciones y banca principalmente. Trabajado con marcas nacionales e internacionales, sobre todo en áreas comerciales, marketing, publicidad offline/online, ventas y consultoría. Actualmente es Marketing Communications Manager en Banco Económico y Docente de Post Grado en UAGRM Business School.

**Tatiana  
Salcedo**ESPECIALISTA EN  
MARKETING

- Nació en La Paz. Actualmente Managing Director (Director de Marketing) en Marcom Comunicación Integral, KPMG Bolivia. Fue PR & Media Outlet National Manager, en Western Wireless. (Fuente, del LinkedIn de Tatiana Salcedo).

**Cármen  
Sánchez**SUBGERENTE  
NACIONAL DE  
COMUNICACIONES  
**La Boliviana  
Ciacruz**

- Comunicadora Social de profesión. Cuenta con un Diplomado en Marketing Estratégico. Actualmente está realizando una Maestría en Marketing Digital. Tiene 5 años de experiencia laboral en banca y 12 años en el sector seguros.
- Dentro de sus principales funciones en la LBC está el desarrollo de estrategias de marketing y publicidad para el lanzamineto, introducción y comercialización de productos masivos y servicios, entre otros.

**Verónica  
Siles**GERENTE DE  
MARKETING  
**Casa Del  
Camba**

- Tiene 20 años de experiencia en las áreas de marketing, publicidad, comunicación y relaciones públicas. Una larga lista de cursos, entrenamientos y capacitaciones realizadas tanto a nivel nacional como internacional, avalan su profesionalismo y alto desempeño. Asimismo, lideró procesos de creación de productos y servicios nuevos, lanzamientos de marcas y desarrolló nuevas mejoras y buenas prácticas en su área de trabajo.

**Demian  
Solares**DIRECTOR DE  
MARKETING  
**D&M**

- Ingeniero Comercial de profesión. Actualmente es Director de Marketing del Grupo D&M a cargo del portafolio de marcas propias (Singani Casa Real y Bodega Campos de Solana) y marcas representadas (Fernet Branca, Chivas, Absolut, Beefeater, Havana Club, Stoli, Jägermeister, Jack Daniels, Errázuris, Torres y otras).
- Como referente de la industria publicitaria fue Presidente del Consejo (CUSEA) por dos gestiones seguidas.

**Miguel Alejandro  
Solis  
Hailot**GERENTE DE  
GESTIÓN DE  
PERSONAS  
**BCP**

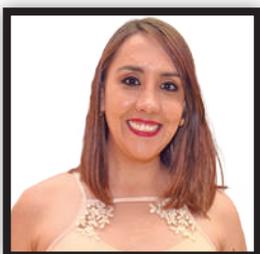
- Nació en La Paz. Formado en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Actualmente es Gerente de División de Gestión de Desarrollo Humano, Calidad de Servicio y Relaciones Institucionales del BCP. (Fuente, del Facebook de Miguel Alejandro Solis Hailot).

**Valeria  
Soruco**SUBGERENTE DE  
MARKETING  
**Bisa Seguros**

- Licenciada en Comunicación Social con Mención Marketing y Publicidad por la UCB. Tiene un Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por la EAE Business School, Barcelona España.
- Tiene más de 15 años de experiencia en la gestión de funciones del área de comunicación, publicidad y marketing, tiene conocimientos adquiridos en la gestión de cuentas claves centradas en la experiencia del cliente.

**Javier  
Tapia**GERENTE  
REGIONAL  
**Faboce**

- Ingeniero Industrial con estudios de postgrado en Administración y Dirección de Empresas, Comercio y Relaciones Internacionales, Alta Gerencia, Responsabilidad Social y Ambiental Empresarial, Marketing Estratégico y Ventas.
- Se destaca por su capacidad por el desarrollo de estrategias de negocios competitivos de crecimiento, creación de modelos de negocio, optimización de canales comerciales, administración de redes de distribución, formación y gestión de equipos altamente competitivo, etc.

**Verónica  
Terrazas**GERENTE DE  
MARKETING  
**Ventura Mall**

- Licenciatura en Ingeniería en Marketing y Publicidad. Tiene un Master en Comunicación Corporativa. A lo largo de su trayectoria profesional desempeñó diferentes cargos como: Analista de Marketing (Banco Unión), Analista Camex (BMSC), Analista Mesa de Dinero (BMSC), Analista de Marketing (BMSC), Ejecutiva Fuerza de Ventas (BMSC), entre otros.

**Sergio  
Torrelío**GERENTE DE  
COMUNICACIÓN  
**BCP**

- Inició su carrera profesional como producto audiovisual y más tarde se asoció a la agencia de publicidad GRAMMA, Drafft FCB donde trabajó como director general por más de 12 años. Posteriormente se desempeñó como gerente de comunicación en Viva durante 5 años. En 2016 asumió la gerencia de comunicación del BCP y es así como nace la campaña: "Lo Menos Parecido a un Banco", lema que identifica al BCP.



Culminar la universidad  
es el primer capítulo de  
tu historia profesional.

**¡Nunca dejes  
de escribirla!**

**Y ahora,  
¿en qué te vas  
a especializar?**



UNIVERSIDAD PRIVADA  
DOMINGO SAVIO



ESCUELA INTERNACIONAL  
**DE ALTA GESTIÓN**  
UNIVERSIDAD PRIVADA DOMINGO SAVIO

**Verónica  
Velarde**GTE. NAL. DE MARKETING ESTRATÉGICO  
**Banco FIE**

- Tiene 28 años de experiencia laboral. Graduada como Bachellor en Ciencias-Estadística en la UMSA. Es Especialista en Segmentación y Posicionamiento, MPD de la UCEB. Especialista en Políticas de Pricing, MPD de la UCEB. Especialista en Marketing Profiling y Construcción de Bases de Datos, MPD UCB. Además, tiene un Postgrado en Demografía de la UMSA.

**Karla  
Velez**JEFE NAL. DE MARKETING Y COM.  
**Banco Pyme Ecofuturo**

- Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Realizó un Diplomado en Marketing y Publicidad, en la Universidad de Los Andes. Asimismo, cuenta con un Diplomado en Marketing Digital de la Universidad Privada Boliviana. Trabajó en el Banco Unión como: Jefe Nacional de Marketing Operativo. Fue Jefe de Prensa de Tironi y Asociados, Grupo Ortega Landa, entre otros.

**Carolina  
Villarreal**JEFE DE ASUNTOS CORPORATIVOS Y  
COMUNICACIONES EXTERNAS  
**Nestlé Bolivia**

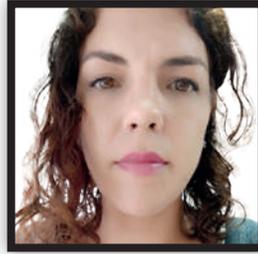
- Licenciada en Ingeniería Comercial de la Universidad Univalle. Reaelizó un Programa de Diplomado Internacional "Preparación, Gestión y Evaluación de Proyectos Empresariales" en el Centro Empresarial Latinoamericano. También cuenta con un Diplomado en "Gestión De Imagen Corporativa" de la UPSA.

**Raphael  
Villarreal**GERENTE DE PROYECTOS LA PAZ  
**CiesMori**

- Licenciado en Ingeniería Industrial de la Escuela Militar de Ingeniería. Realizó un Diplomado en Educación Superior. También cuenta con una Maestría en Administración de Empresas del Tecnológico de Monterrey (EGADE).
- Desempeño cargos anteriores como: Gerente de Estudios, CIMA Group Perú; Gerente de Investigación de Mercados, AES Communications Bolivia; Socio Director de Quantika.

**Mirian  
Villarreal**GTE. CORP. DE DESARROLLO DE  
NEGOCIOS  
**Nacional Vida**

- Es Licenciada en Publicidad y Marketing, con mención en Creatividad, Universidad de Las Américas, Ecuador. Tiene un MBA en Administración de Negocios con mención en Marketing, Universidad de Las Américas, Ecuador. Asimismo un MBA en Marketing del IEDE Business School (Madrid). Tiene 20 años de experiencia en Marketing en compañías de seguros del Ecuador.

**Emilia  
Yacob**MARKETING DIRECTOR  
**Corimexo**

- Técnico superior en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana. Se desempeña como Marketing Director en Corimexo. Es freelance films producer, también es productora asociada en Pick Media, productora en Carvajal Films. Fuente de la información LinkedIn, Emilia Y.

**Anthony  
Yañez**DIRECTOR EJECUTIVO  
**Sport Motion**

- Realizó estudios en Publicidad en la Universidad de Palermo Argentina. Es estudiante de Comunicación Estratégica y Corporativa en la UPSA. En cargos anteriores se desempeño como Productos de Ficción en Unitel.

**Nathaly  
Yovhio**JEFE NAL. DE ESPECIALES  
**Banco Económico**

- Licenciada en Administración de Empresas. Cuenta con una Maestría en Relaciones Internacionales. Actualmente dirige el programa Red Mujer, mi aliada del Banco Económico. Asimismo, Desarrolla y ejecuta estrategias de marketing para posicionar las marcas "Red Mujer" y "Banca Vive" a nivel nacional. También elabora y ejecuta planes de negocios de las marcas bajo su cargo.

**Jose Luis  
Zavala**JEFE NACIONAL DE ESPECIALES  
**BancoSol**

- Comunicador Social de Profesión, especializado en Relaciones Públicas Dirección de Marketing y Recursos Humanos a través de Diplomados y Post Grados. Tiene más de 30 años de experiencia en marketing prestando servicios en empresas como: Fundes, Coca-Cola, Banco Mercantil, Banco Bisa, BancoSol. Lleva 18 años dedicado a marketing en Banca desarrollando estrategias comerciales, comunicación corporativa, publicitarias y de imagen.

**Carolina  
Zamora**GERENTE DE MARKETING  
**Samsung**

- Ingeniera Comercial de profesión de la Universidad Adolfo Ibañez, Chile. Cuenta con un Master of Science Marketing de la Universidad Adolfo Ibañez, Chile.
- Desempeño cargos como: Gerente de Marketing en Ketal; Jefe de Marketing -Marcas Regionales, CBN; Subgerente de Marketing Producto y B2B, Samsung; Gerente de División de Vinos, PROESA; Marketing Manager, DERCO, entre otros.

**Marco  
Zárate**ANALISTA DE COMUNICACIÓN  
**Itacamba**

- Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con especialidad en Branding y Gestión de Imagen Corporativa. Además, cursó una Maestría en Dirección de Marketing en la UAGRM Business School.
- Actualmente, se encuentra a cargo del área de comunicación corporativa de Itacamba Cemento. También trabajó para la Cámara de Exportadores (CADEX), Batebol y Playa Turquesa.

**Rodrigo  
Zuazo**GTE. NAL. DE MARKETING  
**SACI**

- Licenciado en Administración de Empresas de la UCB. Cuenta con un MBA, Maestría en Gestión y Dirección Empresarial de la UPSA. Realizó un Diplomado en Gestión de Negocios en la UPB. Y Especialización en Marketing Digital The George Washington University Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.
- En su vida profesional se desempeñó como: Brand Manager Motos y OBM, IMCRUZ; Jefe de Operaciones de Marketing, EMBOL Coca-Cola, entre otros.

# ITACAMBA

CEMENTO S.A.



Reconocida por

**BolivianBusiness**

# RDM 2020

RANKING DE MARCAS  
POSTPANDEMIA | 15ª versión

Como mejor empresa en:

- Lanzamiento de producto
- Protección al talento humano
- Comunicación externa



Un año más liderando el desarrollo  
¡Sigamos construyendo juntos!



La tecnología ha ayudado a desarrollar entornos de trabajo cada vez más **EFICIENTES, FLEXIBLES** e **INCLUSIVOS**, que ayudan a las organizaciones a mejorar la productividad y al mismo tiempo el bienestar y la seguridad del empleado, por esto, cada vez más oficinas están transformando sus espacios con las soluciones que brindamos.

# Inspiring office interiors

THIS IS WHAT WE  
FOCUS ON

  
**CONTRACT**  
BY AGIMEX

Síguenos en:   

Santa Cruz: Telf.: 3575744 +591 75012651 La Paz: Telf.: 2774353 +591 77793331 Cochabamba: Telf.: 4223901 +591 76402157

# AGIMEX: ENTRE LAS 25 MARCAS MÁS PODEROSAS DE BOLIVIA



“Cada paso que hemos dado en estos 30 años de trayectoria, ha sido acompañado de nuestros queridos clientes y nuestro gran equipo. Trabajamos para lograr un crecimiento en conjunto y mostrar a Bolivia el alto valor del diseño”

ALVARO GONZALEZ  
CEO AGIMEX

Es por estas razones, que fuimos premiados como una de las **25 marcas** más poderosas de Bolivia dentro de la categoría **COMUNICACIÓN EXTERNA** y **LANZAMIENTO DE PRODUCTOS** y no podemos sentirnos más orgullosos.

Este año, a pesar de las distintas dificultades, el objetivo siempre ha sido continuar hacia adelante y gracias al compromiso de toda la empresa y la confianza de nuestros clientes lo estamos logrando.

¡Gracias infinitas a todos!

**ESTE ES  
UN PREMIO  
PARA TODO  
NUESTRO  
EQUIPO**

  
**CONTRACT**  
BY AGIMEX

  
Agimex  
Muebles y Decoración



# TIGO

## Apunta a seguir reduciendo brechas en el ámbito digital

**TELEFÓNICA.** Reforzó su capacidad técnica y humana, así como también potenció sus canales digitales para la autogestión de clientes.

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa
- Mejor tecnología digital
- Empresa para trabajar
- Presencia en Facebook
- Presencia en Instagram

# 8

## PREMIOS



**E**n Tigo destacan que la conectividad tomó un gran protagonismo este 2020, siendo uno de los años más desafiantes en dicho aspecto. Se puso a prueba la resiliencia y la capacidad de adaptación para cumplir con la misión de mantener conectados a los bolivianos. “Conscientes del reto, reforzamos nuestra capacidad técnica y humana, potenciamos nuestros canales de autogestión y creamos servicios específicos para teletrabajo y teleeducación. De cara al 2021 queremos seguir aportando al país con programas educativos integrales y que reduzcan la brecha digital en la población boliviana”, manifestó Pablo Guardia, gerente general de

la telefónica. El objetivo es conectar cada vez a más bolivianos desde adentro y fuera del hogar, ser parte de su vida cotidiana al realizar una transacción junto a su billetera móvil, generar una nueva iniciativa de emprendimiento a través de los servicios de Tigo Business, entre otros. Según Guardia, se tuvo que cubrir la demanda de internet que creció hasta un 85% en cuarentena. “Pese a una mora del 80% se benefició a 590.000 usuarios con el servicio gratuito ‘Mantengámonos Conectados’, activo de marzo a junio de este año”, indicó Guardia.

“Un orgullo estar entre las marcas más reconocidas”

**T**elefónica Celular de Bolivia (Telecel S.A.) opera en el país con la marca Tigo desde hace 29 años. Como filial del grupo empresarial Millicom, proveedor líder de servicios de cable y móviles en América Latina, rige sus políticas empresariales a la misión global de construir autopistas digitales que conecten personas, mejoren vidas y desarrollen comunidades. Estamos muy contentos de estar entre las marcas más reconocidas del país, según el Ranking de Marcas 2020 de Bolivian Business. Esto refuerza nuestro compromiso de seguir trabajando, innovando e invirtiendo. De igual manera, reafirma nuestra decisión de haber invertido \$us 650 millones en los últimos cinco años, esta inversión nos permitió ampliar nuestra red fija, actualmente brindamos la posibilidad a 1,3 millones de hogares de conectarse a nuestros servicios; asimismo, estamos en una constante ampliación de la cobertura de la red móvil 4G.

### CIFRAS

# 2.923

Empleos directos son los que genera Tigo a nivel nacional, además de alrededor de 90.000 indirectos.

# 590

Mil usuarios accedieron el servicio gratuito ‘Mantengámonos Conectados’, entre marzo y junio de este año.



PABLO GUARDIA  
GERENTE GENERAL

### CAMPAÑAS



Con la gestión de AYHU y el apoyo del Ministerio de Educación y Unicef, el programa “Maestros Conectados” benefició a más de 190.000 maestros con capacitaciones en habilidades blandas, mediación proactiva y herramientas tecnológicas.



Con apoyo de Unicef, la telefónica desarrolló “Ciudadanos Digitales”, potenciando las ciberhabilidades de jóvenes rurales y urbanos (entre 14 y 18 años), capacitándolos en el uso responsable de la tecnología y la prevención del cyberbullying.



Ante la necesidad de seguir con la educación virtual, Tigo entabló alianzas estratégicas con 16 universidades e institutos, que permitieron ofrecer tarifas accesibles a unos 50.000 estudiantes y maestros.



# ¡Estamos preparados!

+	NUEVOS PROTOCOLOS DE SEGURIDAD
+	MAYOR FLEXIBILIDAD EN CAMBIOS
+	LA FLOTA MÁS MODERNA Y EFICIENTE
+	Y SIEMPRE LOS MEJORES PRECIOS

**ae AirEuropa**   
*Tú decides*

  
**ATT**  
AUTORIDAD DE REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN  
DE TELECOMUNICACIONES Y TRANSPORTES



# CBN

## Eventos y lanzamientos para impulsar reactivación

**CERVECERÍA.** La compañía utilizó todo su aparato, a nivel nacional, para poder ayudar a los sectores afectados por la pandemia.

### EMPRESA CON MEJOR:

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa
- Inversión
- Eventos Virtuales/Entretención



### PREMIOS



Desde a todas las dificultades que la pandemia significa, la Cervecería Boliviana Nacional (CBN) se transformó y usó todo su aparato a nivel nacional para poder ayudar a los sectores sociales afectados por esta situación y reactivar la economía de los bolivianos, golpeada, sobre todo, por el freno que sufrieron las actividades económicas.

“En este contexto, CBN impulsó la reactivación de la economía a través de la innovación y la cooperación para que los productores de cerveza, los restaurantes, los meseros y los productores de maíz se fortalezcan como eslabones de una cadena de valor

que requiere la colaboración de todos los actores de la economía”, manifestó Ibo Blazicevic, gerente Institucional de la cervecería. Destacó que una de las iniciativas más innovadoras fue “Mi tienda CBN”, que es 100% virtual, para facilitar compras en línea (www.mitiendacbn.com.bo.). “Se trata de un servicio que permite al cliente realizar compras de forma directa, rápida, sencilla y segura de un portafolio de productos, sobre todo en esta época donde el contacto físico es limitado, ofertando todos nuestros productos al alcance de un click”, precisó el ejecutivo.

### CIFRAS

# 1.700

Puestos de trabajo directos y más de 40.000 indirectos son los que genera la CBN a nivel nacional.

# 20

Marcas de cerveza nacionales e internacionales forman parte del portafolio de la CBN.

### “Este año lanzamos Chicha Taquiña y Huari Trigo”

Se reconocidos como parte de las 25 marcas más poderosas de Bolivia nos impulsa a doblar los esfuerzos en favor de los más afectados en la sociedad boliviana y continuar trabajando para la reactivación económica del país. Cumplimos 134 años de vida creciendo junto al país y su gente. Contamos con ocho plantas en Bolivia: cinco cerveceras (La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Huari y Tarija), dos de gaseosas (El Alto y Cochabamba) y una de producción de latas de aluminio (Oruro). Además de nueve centros de distribución y 10 infraestructuras para ventas directas.

Tenemos un portafolio de 20 marcas de cervezas nacionales e internacionales, entre las que se destacan Paceña, Taquiña, Ducal y Huari, y las internacionales Corona, Stella Artois, Becks Gold y Patagonia. Este año lanzamos Chicha Taquiña y Huari Trigo. En el mercado de bebidas sin alcohol tenemos a Maltín y a gaseosas Pepsi y Seven Up, y las recientemente incorporadas Guaraná Antártica y H2OH.



IBO BLAZICEVIC  
GERENTE INSTITUCIONAL

### CAMPAÑAS



CBN dispuso de Bs 4,7 millones en apoyo al personal de primera línea y comunidades afectadas. La colaboración entre expertos del Ministerio de Salud y el Departamento de Abastecimiento de CBN permitió las donaciones.



CBN y Pepsi organizaron la primera versión del “Delivery Fest” para reactivar la economía del sector gastronómico del país y promover el consumo en restaurantes bolivianos. Movié más de Bs 880 mil junto a 311 restaurantes de todo el país.



El “Mega Festichela Paceña” virtual tuvo el objetivo de reactivar y revitalizar la economía de la industria musical, reuniendo a más de 10 bandas nacionales en dos jornadas cargadas de música de diversos géneros, en La Paz y Cochabamba.

ES UN HONOR SER LA FARMACIA NÚMERO 1 DEL PAÍS

# La alegría de ganar

RSE

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

LANZAMIENTO DE PRODUCTOS

PROTECCIÓN AL TALENTO HUMANO

COMUNICACIÓN EXTERNA



BolivianBusiness  
RDM  
2020

**Farmacorp** 



# EMBOL COCA-COLA

## Diversificó servicios para poder llegar a sus clientes

**DESAFÍO.** La compañía continuará invirtiendo en Bolivia, generando valor a las cadenas productivas, emprendedores y familias del país.

### EMPRESA CON MEJOR:

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa
- Reputación

# 6

PREMIOS



El año que finaliza fue complejo y de grandes desafíos para las empresas en el país y el mundo; sin embargo, hay compañías que sobrellevaron la situación. “Para Embol, al margen de cualquier circunstancia, fue una invitación a ratificar nuestro compromiso con Bolivia y los bolivianos, diversificando nuestros servicios, perfeccionando procesos y acudiendo al llamado de auxilio de aquellos sectores del país que requirieron de una mano para continuar”, manifestó Luis Lugones, gerente de Asuntos Públicos y Respon-

sabilidad Social Empresarial de Embol. En ese sentido, como parte de su innovación tecnológica, la compañía presentó MiCoca-Cola.bo, una propuesta que permite la compra de bebidas a través servicio de delivery, sin recargo. Según Lugones, para el 2021, “el desafío es de superarnos respecto a la gestión anterior. Vamos a aprovechar las oportunidades que tengamos para crecer, para continuar invirtiendo en Bolivia y generando valor a las cadenas productivas, emprendedores y familias del país”.

### CIFRAS

# 2.500

Dueños de tiendas, pensiones y restaurantes a nivel nacional fueron capacitados por el programa Gerente Pyme.

# 7

Categorías son las que componen el amplio portafolio de Embol, con 35 opciones y más de 151 productos.

### CAMPAÑAS



“Juntos Se Siente Mejor” fue la primera campaña global de marketing de Coca-Cola desde la irrupción del coronavirus, en la que rinde homenaje a los vínculos reales en un momento en el que reina la incertidumbre.



A través de su marca de agua Vital, “Cambiamos la Herencia” busca generar conciencia en torno al valor de los residuos y empoderar a las personas para el cambio de hábitos.



Como parte del portafolio de bebidas de Coca-Cola, Fanta es la cuarta marca de bebidas más grande del mundo. Este 2020 se diversificó con el lanzamiento de Fanta Uva, un nuevo sabor que tuvo mucha aceptación en el mercado.

### “La excelencia es nuestra principal motivación”

Ser considerados, por 100 expertos en marketing, como una de las marcas más poderosas es para nosotros un gran honor y satisfacción. En Embol la excelencia es nuestra principal motivación para el desarrollo de los proyectos en todas nuestras áreas de trabajo y creemos que eso se ve reflejado en el posicionamiento que tenemos en la familia boliviana.

Sin duda, ser una de las marcas más queridas es el resultado de la entrega que tenemos como empresa, nuestro compromiso con el desarrollo económico de Bolivia y con la ge-

neración de oportunidades compartidas con nuestra comunidad.

Embotelladoras Bolivianas Unidas (Embol), cuenta con 25 años de trayectoria y ofrece un amplio portafolio de 7 categorías, 35 opciones y más de 151 productos, de las marcas de bebidas más reconocidas del mundo. Genera más de 2.700 empleos directos, alrededor de 10.000 fuentes de trabajo indirectas y promueve el emprendimiento de los bolivianos, a través de los más de 112 mil clientes propietarios de puntos de venta, de los cuales casi el 50% son tiendas de barrio.



LUIS LUGONES  
GTE. DE ASUNTOS PÚBLICOS  
Y RSE DE EMBOL

AGSA

AGENCIAS GENERALES S.A.

## LAS MEJORES MARCAS A PRECIOS COMPETITIVOS

Contamos con más de 50 marcas líderes a nivel mundial, al rededor de 50.000 productos

Desde 1957, atendiendo a los principales sectores de la economía

Brindamos garantía, asesoría y servicio técnico

**HONDA**

**WEG**

**SCHULZ**

Franklin Electric

**SULZER**

city pumps

PENTAIR

IGEBA

Kanaflex

efco

TELWIN

globalwater

TRAPP

Miller

MASALTA

kränzle

solo

Cub Cadet

STA-RITE

ANNOVI REVERBERI

Kubota

MTD

AJ Power

metabo

Menegotti

### 14 SUCURSALES EN TODO EL PAÍS, MÁS DE 200 DISTRIBUIDORES

**COCHABAMBA:** C. BOLÍVAR E-0520 ENTRE LANZA Y SAN MARTÍN TEL.: 4251062 **QUILLACOLLO:** GENERAL PANDO CASI ESQ ERNESTO CÉSPEDES, FINAL PRADO QUILLACOLLO TEL.: 4669378  
**SANTA CRUZ CENTRO:** AV. CAÑOTO #167 TEL.: 3322021 **SANTA CRUZ SUCURSAL BRASIL:** C. PORTÓN, ENTRE C. RIO DE JANEIRO Y AV. PROLONGACIÓN SAN PABLO TEL.: 3461199  
**SANTA CRUZ NORTE:** AV. 18 DE MARZO, 3 CUADRAS DEL 5TO ANILLO AL 6TO ANILLO, PARALELA A LA AV. BANZER TEL.: 3432787 **MONTERO:** AV. CIRCUNVALACIÓN NORTE #342 ESQUINA ISAÍAS PARADA,  
 FRENTE AL COL. METODISTA TEL.: 9226211 **ORURO:** AV. 6 DE AGOSTO # 105 ESQ. 1RO DE NOVIEMBRE **TARIJA:** AV. CIRCUNVALACIÓN CASI ESQ. REGIMIENTO MONTES BARRIO 3 DE MAYO TEL.: 6653930  
**SUCRE:** AV. OSTRIA GUTIÉRREZ #137 TEL.: 6449639 **POTOSÍ:** C. MATOS #19 TEL.: 6224040 **TRINIDAD:** C. SANTA CRUZ # 375 ENTRE C. LA PAZ Y AV. 6 DE AGOSTO TEL.: 4634414  
**COBIJA:** AV. 9 DE FEBRERO # 192. TEL.: 8424948 **LA PAZ:** CALACOTO (ENTRE C. 24 Y 25) - ED. GRANDEZZA PB - LOCAL 26. TEL.: 2774983  
**EL ALTO:** C. 13, # 270 ENTRE AV. 6 DE MARZO Y FRANCO VALLE TEL.: 2824995

@agenciasgenerales

72189998

@agsbolivia



# RDM RANKING DE MARCAS 2020 POSTPANDEMIA | 15ª versión

1. Silvia Fernández en representación de Juan Pablo Camacho, Gte. Nac. Negocios Empresas LBC
2. Alvaro Gonzales, Director del Grupo Agimex
3. Felix Salek, Gerente Regional de Comercialización de SOBOCE Santa Cruz
4. Fernando Ciarrocca, CEO y Gerente General Unilever Andina Bolivia
5. Miguel Barba, Gerente de Marketing Itacamba Cemento
6. Alejandro Ybarra, Director Ejecutivo Grupo Asegurador Alianza
7. Bárbara Cronembol, Gerente de Marketing y Comunicación Hipermaxi
8. Eliete Malpartida - Jefe Nacional de Marketing y Publicidad Dismatec
9. Ramiro Argandoña, Gte. Banca Empresas y Corporativa Región Oriente BNB
10. Ángel Escobar, Gerente de Protección y Marketing Laboratorios Bagó de Bolivia
11. Nelson Muñoz, CE Manager Samsung Bolivia
12. Joaquín Pereyra, Gerente General Red Uno
13. Juan Pablo Salinas - Managing Director PedidosYa
14. Momento de la toma de foto de portada para el RDM 2020
15. Samuel Doria Medina, Gerente General Los Tajibos Hotel
16. María Inés Carrasco, Gerente Retail Imcruz
17. Gabriel Crespo, Director Comercial, Marketing, Comunicación Farmacorp
18. Miguel Castedo, Pdte. Consejo de Administración CRE
19. Jorge Román, Gerente de División Comercial Sofía
20. Amazonas: Mauricio Sánchez, Jefe de Marketing y Beatriz Baldivieso, Gerente de Relaciones Institucionales

## FOTOGALERÍA



### Gala de las marcas más poderosas 2020

Un evento diferente. Con barbijos puestos y el cuidado de la bioseguridad durante el desarrollo del evento, Bolivian Business premió a las marcas más poderosas del país, destacadas por su liderazgo ante un año adverso marcado por la pandemia. Por primera vez, el evento se realizó los predios de la Universidad

Privada Boliviana (UPB). La primera parte, comprendió un tiempo de networking en el que los ejecutivos interactuaron con los asistentes y patrocinadores del evento, y la segunda parte, al interior del auditorio, con la premiación. Toda la logística y cuidado para proteger a los asistentes, fue coordinada entre los organizadores y anfitriones de la casa, Bolivian Business y UPB.

LES PROMETISTE QUE NO LES FALTARÍA NADA.

LA VITALICIA CUMPLE CON LOS TUYOS





# FOTOGALERÍA



21. Alejandro Ybarra, Director Ejecutivo Grupo Asegurador Alianza
22. Alejandro Guachalla Méndez, Jefe Nacional de Categorías en EMBOL
23. Omar Herrera, Gerente de Marca en Cervecería Boliviana Nacional
24. Rodrigo Rojo, Gerente Asuntos Corporativos Tigo
25. Dispensadores de alcohol en gel facilitados por Unilever para el evento.
26. Paola Coimbra, presentadora del evento del Ranking de Marcas 2020
27. Modelos de Casa Real invitaron a los asistentes a conocer un poco de la oferta de sus productos
28. Regina Rozenman, presidente de Consorcio Publicitario durante su disertación en el evento.
29. Isabel Carvajal, directora nacional comercial y socia de Bolivian Business en el inicio del evento
30. Jaime Calderón, director ejecutivo y socio de Bolivian Business explicó la metodología del estudio.
31. Tito Benavidez, CEO de Smid Media en su disertación sobre los Retos del Marketing Digital 2021
32. Foto general del evento, en el Auditorio de la UPB.
33. Cobertura en vivo de la Red Uno, a los ejecutivos del semanario y gerente del medio como empresa premiada en el RDM.



**Comenzamos en una pantalla,  
hoy acompañamos a los bolivianos en cualquier  
momento y en cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.**



**BolivianBusiness**  
**RDM2020**  
**RANKING DE MARCAS**  
POSTPANDEMIA | 15° versión



**Nos sentimos orgullosos de ser el único medio  
entre las mejores marcas del país.**

**uno<sup>HD</sup>**  
cada vez mejor



# ALIANZA

## Creó productos acorde a las necesidades de los clientes

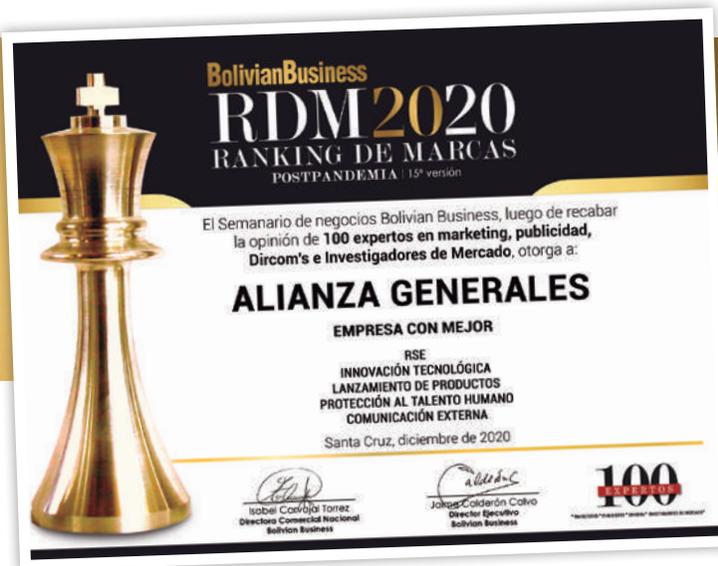
**COMPAÑÍA.** Lanzó el servicio de telemedicina en beneficio de sus asegurados, en momentos críticos, a consecuencia de la pandemia.

### EMPRESA CON MEJOR:

- RSE (Generales)
- Innovación Tecnológica (Vida y Generales)
- Lanzamiento de Productos (Vida y Generales)
- Protección al Talento Humano (Vida y Generales)
- Comunicación Externa (Vida y Generales)

# 9

PREMIOS



A pesar de la coyuntura por la emergencia sanitaria, el Grupo Asegurador Alianza estuvo al alcance de las necesidades de los bolivianos, acompañándolos y respaldando la confianza de los asegurados, creando productos acorde a las necesidades y desarrollando nuevas tecnologías que permitieron ampliar nuestros canales de comunicación, para así estar cerca de ellos”, según dio a conocer Alejandro Ybarra, director ejecutivo de la compañía.

Alianza es una empresa que está en constante innovación, facilitando el uso de servicios mediante la digitalización. “Fui-

mos la primera compañía en lanzar el servicio de telemedicina para acompañar a nuestros asegurados en momentos difíciles de pandemia, también lanzamos MedinetGo, digitalizando toda la información de pólizas, coberturas y beneficios en un solo lugar”, indicó Ybarra, a tiempo de agregar que seguirán trabajando para facilitar los canales de comunicación entre la compañía y el asegurado. “Para nuestra compañía fue importante mantener el total apoyo de nuestros colaboradores, ya que fueron una pieza fundamental para sobrellevar la crisis sanitaria”, precisó el ejecutivo.

### CIFRAS

# 100

Millones de dólares supera la producción anual de la compañía.

# 600

Colaboradores a nivel nacional son los que tiene Alianza.

“Brindamos productos que se caracterizan por su calidad”

Para nosotros es un honor ser reconocidos por un medio tan prestigioso como lo es Bolivian Business, manteniendo este reconocimiento por séptimo año consecutivo e incentivándonos a seguir trabajando para una mejora continua.

Agradecemos a Bolivian Business por contar con nosotros y acompañarnos en nuestro constante crecimiento.

Trabajamos para brindar productos que se caractericen por su calidad, con una atención individualizada al cliente, trato y compromiso con los funcionarios, convirtiendo a todos en protagonistas del crecimiento de la misma. Con 29 años de trayectoria, con oficinas en casi todo el territorio boliviano, más de 600 colaboradores a nivel nacional y una producción superior a los \$us 100 millones anuales, aportando de manera activa al régimen tributario nacional, colocándola dentro del ranking de los principales contribuyentes del Estado Plurinacional de Bolivia.



ALEJANDRO YBARRA  
DIRECTOR EJECUTIVO

### CAMPAÑAS



Brinda a sus asegurados, con pólizas de salud, el servicio de telemedicina, totalmente gratuito, 24/7, mediante su aplicación para celulares denominada Alianza Asistencia Móvil. Los asegurados pueden concertar citas con doctores y especialistas para realizar sus consultas mediante la plataforma Zoom.



Adaptó un nuevo servicio para brindar más seguridad y comodidad a sus clientes, dejando atrás la tarjeta física. Alianza digitalizó todos los datos con MedinetGo, toda la información sobre su póliza, coberturas y beneficios está en un solo lugar. El nuevo servicio permitirá a sus asegurados realizar sus consultas desde cualquier lugar y sin necesidad de tener ningún contacto físico, ni presentar su cédula de identidad.



# UNILEVER PRO

creó el mayor programa de Higiene y Seguridad pensado para protegerlo a usted, sus trabajadores y por su puesto a sus clientes:

**PRO**

1. Productos a precio de fábrica de la mejores marcas OLA, OMO, LIZ y REXONA.
2. Un sello de garantía que certifica que su negocio cuenta con las mejores prácticas de higiene y seguridad.
3. Soporte con capacitaciones, promociones, descuentos y mucho más..



Forme parte del programa y visítenos en [www.unileverpor.com.bo](http://www.unileverpor.com.bo)



Unilever Pro Bolivia

[unileverprobolivia](https://www.instagram.com/unileverprobolivia)



## ¡QUE LOS LÍMITES NO EXISTAN!

# XV



**Santa Cruz**

Av. Cristo Redentor esq. Daría Castro  
(entre 3er y 4to anillo)  
Telf.: 33443690

**La Paz**

Av. Ballivián #912  
entre calles 15 y 16 Calacoto  
Telf.: 22785544



**SUBARU**

**ELITE CARS**



# AMASZONAS

## Apuesta a nuevas rutas y más frecuencias en el país

**AEROLÍNEA.** El objetivo es buscar la reactivación de la economía de su rubro apuntando al mercado doméstico, con precios accesibles.

### CAMPAÑAS



Lanzó "Tarifa Única" a todos sus destinos del país, a Bs 369, con la que se podía adquirir boletos desde el 17 de mayo al 31 de julio de 2020, con la opción de poder utilizarlos desde el 1 de junio de 2020 hasta el 30 de marzo de 2021.

#### EMPRESA CON MEJOR:

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

5  
PREMIOS



### CIFRAS

21

Años lleva Amaszonas en el rubro aerocomercial del país, siendo la línea aérea privada con más años de servicio.

700

Empleos de manera directa son los que genera la aerolínea boliviana en todo el territorio nacional.

La pandemia generó un gran perjuicio en diferentes sectores de la economía a nivel mundial y el rubro aeronáutico es uno de ellos. La paralización de operaciones aéreas implica un daño económico a corto, mediano y largo plazo y en el caso de Amaszonas no es la excepción. "Somos optimistas. Estamos apostando por el mercado doméstico, en generar más frecuencias y nuevas rutas con mejores precios, para ser más accesibles a los bolivianos", manifestó Luis Vera, vicepresidente ejecutivo de Amaszonas. A decir de Vera, según las proyec-

ciones de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), se estima que el rubro aerocomercial mundial tardará entre dos a cuatro años para recibir los mismos ingresos que se tenían hasta diciembre de 2019. Ante esta situación, el ejecutivo dijo que Amaszonas está comprometida con la reactivación de la economía, tomando en cuenta que el rubro es considerado el primer eslabón de la cadena turística. "Poco a poco, y según las restricciones de los países de la región, iremos retomando nuestros destinos internacionales", precisó.



"Transportando Esperanza" cubrió el traslado sin costo de médicos, enfermeras, donantes de plasma en todo Bolivia. En tareas de emergencia sanitaria se transportó medicamentos, insumos de bioseguridad y alimentos.

ORIGEN	DESTINO	PRECIO	MONEDA
LA PAZ - SANTA CRUZ		399	0
SANTA CRUZ - LA PAZ		399	0
LA PAZ - COBHA		399	0
COBHA - LA PAZ		399	0
SANTA CRUZ - COBHA		638	0
COBHA - SANTA CRUZ		638	0
SANTA CRUZ - TARIJA		325	0
TARIJA - SANTA CRUZ		325	0
LA PAZ - TARIJA		589	0
TARIJA - LA PAZ		589	0
SANTA CRUZ - COCHABAMBA		299	0
COCHABAMBA - SANTA CRUZ		299	0
SANTA CRUZ - SUCRE		308	0
SUCRE - SANTA CRUZ		308	0
SANTA CRUZ - RIBERALTA		599	0
RIBERALTA - SANTA CRUZ		599	0
COCHABAMBA - RIBERALTA		649	0
RIBERALTA - COCHABAMBA		649	0

"Cyber Boomerang" es la campaña que consistía en que por la compra de un pasaje en las 16 rutas nacionales habilitadas en la promoción, el retorno es gratuito. Esta promoción dispuso 10.000 espacios para pasajeros.



LUIS VERA  
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

### "El reconocimiento es una recompensa al trabajo en equipo"

En el año más duro y difícil de la compañía recibir un reconocimiento tras el análisis de 100 expertos a través de Bolivian Business es una recompensa al esfuerzo, al trabajo en equipo, al espíritu inquebrantable que caracteriza a la compañía y al mismo tiempo un desafío para seguir trabajando en lograr nuestros objetivos y metas. Estamos orgullosos, todos nos sentimos parte de este logro que continúa consolidándonos como una empresa líder en nuestro rubro y de gran aporte para la conectividad de los bolivianos con el mundo, hoy más que nunca es-

tamos conscientes de ser una empresa estratégica para el desarrollo del país y su gente. Nosotros ya veníamos golpeados por el paro de octubre a noviembre de 2019 y la época alta de diciembre a enero no fue como se esperaba, ahora, debido a la pandemia, este 2020 por primera vez en 21 años nuestras operaciones se paralizaron por 104 días provocando la mayor crisis de nuestra historia y obligándonos a reinventarnos en todas las áreas de la compañía, asumimos medidas heroicas pero humanas para poder sobrepornos.

# Consorcio Publicitario

## 25 años con ideas revolucionarias en el mercado

Diego A. Salazar

**C**onsorcio Publicitario es una agencia publicitaria no convencional, con una visión de servicio integral que se consolida como una de las agencias más grandes del país y lleva consigo varios reconocimientos internacionales. Cuenta con una de las carteras de clientes más importantes a nivel nacional y pertenece a HCP, (Holding de Comunicación Publicitaria) que está conformado por cuatro agencias: CP (Consorcio Publicitario), MAA (Media Advertising Agency), DMA (Digital Media Agency) y Geometry Global (Agencia de Activaciones), recientemente fusionada con VMLY&R Commerce. Además la agencia representa a GroupM, la red de centrales

de medios de WPP con la cual maneja marcas alineadas internacionalmente. “Estamos constantemente experimentando nuevos modelos que nos funcionen para cada necesidad de nuestros clientes, el tiempo y las circunstancias nos han enseñado a adaptarnos y entender que no pueden existir ideas sin estrategia y ejecuciones sin innovación. Cumplimos más de 25 años de resiliencia y lucha constante en el mercado, gracias a nuestro equipo multidisciplinario de más de 70 talentos con diferentes especialidades, ellos aportan con su conocimiento y experiencia a cada socio de negocio que tenemos en la agencia y eso a pesar de las circunstancias actuales que vivimos globalmente, nos hace avanzar cada día más”, explicó Regina Rozenman, CEO Consorcio Publicitario.



• 70 profesionales de diferentes especialidades conforman el equipo de trabajo de Consorcio Publicitario.

### LOS MÁS PEDIDOS DEL 2020

El delivery fue el mejor compañero del 2020. Nos dio alcance a artículos de primera necesidad, unió a la gente cuando estábamos distanciados, nos dio la ilusión de soñar con que algo rico estaba en camino, y nos ayudó a apoyar a los comercios cuando más lo necesitaban.

Te presentamos un recuento de las tendencias de este año

#### TOP 5 FAVORITOS



- 1 Pollo
- 2 Shawarma
- 3 Hamburguesa
- 4 Salteña
- 5 Sandwich de lomito

#### TOP 5 POSTES



- 1 Bowl Acai
- 2 Mix helados
- 3 Paleta helado
- 4 Brownies
- 5 Tortas

#### LOS INGREDIENTE MÁS PEDIDOS DEL SUPER



#### KIT DE SUPERVIVENCIA DEL 2020

LOS ESENCIALES MÁS PEDIDOS



CHOCOLATE



HARINA



BARBUJO



SANITIZADOR



ALCOHOL

#### TOP 3 EN FARMACIAS

LAS MARCAS MÁS SOLICITADAS POR LA GENERACIÓN P



3<sup>o</sup> IBUPROFENO LOM 400 MG X20 COMPLETOS



2<sup>o</sup> ASPIRINA 500 MG X100 TABLETAS



1<sup>o</sup> REFRIANEX X500 COMPLETOS

### PEDIMOS 4.5 VECES + DE CHELAS

NO SÓLO EL ALCOHOL QUE QUE PEDIMOS FUE EN GEL



#### PODO DE LAS MÁS PEDIDAS

- CERVEZA
- FERNET
- GASEOSA

#### RECONOCIMIENTO HONORIFICO

LA HAMBURGUESA + PAPAS QUINTIPICO SUS VENTAS ESTE AÑO



# SOFÍA

## En cuarentena, llegó a más de 25 mil familias con productos

**EMPRESA.** Durante la pandemia, la compañía se adaptó rápidamente al contexto de la misma y fue solidaria con las personas más necesitadas.

### EMPRESA CON MEJOR:

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 5

## PREMIOS



**E**n Sofía destacan que uno de los valores que forma parte de su ADN como familia y como compañía es la solidaridad hacia personas y familias que más lo necesitan. Es por eso que mensualmente apoya a más de 100 hogares a nivel nacional con diferentes productos.

“Durante la cuarentena, mirábamos a nuestro alrededor y veíamos como crecía la necesidad de muchas familias bolivianas, apoyamos a diferentes iniciativas y llegamos a más de 25000 familias con la donación de productos”, manifestó Mario Ignacio

Anglarill, gerente general de la compañía. Como empresa de alimentos, Sofía asegura que tiene una gran responsabilidad con las familias bolivianas. “No podíamos parar, nuestros colaboradores se pusieron la camiseta y juntos nos reinventamos y nos adaptamos rápidamente al contexto”, indicó el ejecutivo.

Sostiene que el 2020 fue un año de tratar de mantenerse lo mejor posible y que la empresa aún está sintiendo el impacto. “Tuvi- mos caídas de entre un 50% y 70% en algunas líneas”, precisó.

### CIFRAS

# 3

Mil colaborados forman parte del equipo con el que cuenta Sofía, a nivel nacional.

# 2018

Fue la primera empresa en producir una marca premium de pet food boliviana Podium.

### CAMPAÑAS



Reforzó su comunicación en redes sociales e implementó en “tiempo récord” una tienda virtual: tienda.sofia.com.bo a la que los clientes pueden acceder desde cualquier dispositivo, adquirir los productos y recibirlos en la comodidad de su hogar.



Lanzó “San Home” con un spot de televisión que mostró cómo los hogares se habían convertido en el centro de todas las actividades y, sobre todo, un lugar donde celebrar, porque con “San Home, el mejor San Juan se vive en casa”.



En noviembre lanzó la campaña “Cerdo Sofía”, que cuenta el proceso de aprendizaje de cómo las personas que entendían poco o nada de cocina, terminaron siendo unos triunfadores en los artes culinarios.

### “Somos líderes en la categoría de pollo, cerdo y embutidos”

**E**n 1976, mi padre empezó a dar los primeros pasos para cumplir su sueño de ser independiente. Junto a mi madre tomaron la decisión de incursionar en el mundo avícola con un pequeño emprendimiento. Fue tanta la pasión que vivimos dentro de la familia que mis cuatro hermanos y yo nos inclinamos a seguir los pasos de la visión empresarial de nuestros padres.

Como todo emprendimiento, tuvimos momentos difíciles y con perseverancia logramos, en el año 2000, iniciar nuestra consolidación como una empresa de alimentos con alcance a nivel nacional. En el año 2006, certificamos las normas ISO 9001

Gestión de Calidad y BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), y en el 2007 obtuvimos la certificación ISO 22000 a la Inocuidad Alimentaria, y cada año ampliamos el alcance de estas certificaciones. Gracias a la preferencia de nuestros consumidores somos líderes en la categoría de pollo, cerdo, embutidos.

Un orgullo tener este reconocimiento, es una motivación para todo el equipo que puso el hombro para superar tiempos difíciles y mantener nuestro compromiso de escuchar a nuestros clientes y reinventarnos rápidamente para satisfacer sus necesidades.



MARIO IGNACIO ANGLARILL  
GERENTE GENERAL

# FARMACORP

## Renovó sus servicios para llegar de manera segura a sus clientes

**FARMACÉUTICA.** Durante la cuarentena la empresa implementó su servicio de delivery a través de su centro de distribución Proxys.

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 4

PREMIOS



**F**armacorp es una cadena de farmacias que comercializa medicamentos y productos para la salud y el bienestar de las familias en Bolivia. A la fecha, tienen presencia en las nueve ciudades capitales de departamentos, ciudades intermedias y algunas provincias, cuentan con 141 sucursales, de las cuales 131 son Farmacorp, 9 Dr. Osvaldo y 1 Amarket.

Para la empresa, la pandemia fue un acelerador de procesos, ya que mejoraron su tecnología e implementaron un nuevo servicio de delivery, a través de la instalación de su centro de distribución Proxys, entre otras innovaciones, con el fin de evitar contagios de

Covid-19, indicó Gabriel Crespo, Director comercial, de marketing y Comunicación. “El desafío de seguir creciendo, acercándonos más a nuestros clientes, ofreciendo todas las comodidades y canales necesarios para servir mejor”, dijo. Asimismo, Farmacorp realizó diferentes donaciones de medicamentos y productos de bioseguridad. También organizaron talleres de capacitación para médicos. En Santa Cruz entregaron Bs 179.920,04 a 6 instituciones que trabajan con población vulnerable, el monto fue obtenido de los centavos que donan sus clientes en sus diferentes sucursales.

“Trabajamos para que las personas tengan sus medicamentos”

**C**omo empresa del rubro farmacéutico este año, nuestro trabajo se enfocó en garantizar que las personas accedan a todos los medicamentos y productos para protegerse y curar el Covid-19.

Nuestra operación se asentó sobre dos pilares, 1) proteger la salud y la vida de nuestros Clientes, proveedores y colaboradores, y 2) mantener la operación para atender a las familias que se vieron afectadas por el Covid-19 y para que las personas que padecen alguna enfermedad crónica tengan la seguridad que sus medicamentos estaban al alcance.

En medio de una pandemia mundial el mercado internacional se vio afectado por escasez de materia prima, producto terminado y fronteras cerradas salimos a buscar las opciones que, tanto los médicos bolivianos como extranjeros, así como las organizaciones internacionales de la salud, avalaban como tratamiento para el virus.

Fue una tarea difícil, pero lo logramos y lo seguimos logrando, porque en esta segunda ola los bolivianos saben que pueden seguir contando con Farmacorp.



GABRIEL CRESPO  
DIRECTOR COMERCIAL,  
DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

### CIFRAS

# 1

Millón de personas están afiliados a su Farmaclub.

# 2.300

Colaboradores forman parte de la cadena de farmacia.

### CAMPAÑAS



**OLLAS Y SARTENES:** Buscó impulsar a las familias a que se queden en casa y preparen todas las comidas que aprendieron en cuarentena.



**NO BAJES LA GUARDIA:** Tiene el objetivo de llegar a las personas a través de su canal Pod Casts, donde especialistas en medicina tocan temas de salud.



**CRISTALES SENSACIONALES:** Por cada compra igual o mayor a Bs 40 los clientes Farmaclub reciben stickers canjeables por cristalería Bellagio.



# IMCRUZ

## Se reinventó con nuevos canales de ventas

**INNOVACIÓN.** La empresa lanzó en tiempo récord su canal de e-commerce tienda.imcruz.com y desarrolló su Showroom Virtual 360°.

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 4

## PREMIOS



Imcruz es una empresa con 36 años de presencia en el mercado. Al igual que el resto de empresas, la importadora se vio afectada durante la cuarentena. Para afrontar esta realidad, la firma implementó estrategias internas que le ayudaron a reactivar sus salud financiera y terminar el año con estadísticas financieras satisfactorias, tras la baja en ventas que sufrieron durante la cuarentena, indicó Enrique Pagola, gerente general de la empresa.

A lo largo del año, Imcruz realizó diferentes campañas como 'Dona y Gana', realizaron donaciones de medicamentos, dispusieron una fcta de vehículos para movilizar personal del

Gobierno Central, habilitaron talleres para atender emergencias mecánicas, etc.

Respecto a las innovaciones, desarrollaron el primer "Showroom Virtual 360°", una plataforma que exhibe los diferentes vehículos que ofrecen con una visión en 360 grados y un recorrido por el salón virtual, similar a una sucursal física. También diseñaron, en tiempo récord su canal de e-commerce tienda.imcruz.com/ para reservas de vehículos cero kilómetros con seguridad y garantía.

Asimismo, desarrollaron la plataforma Autopia.bo, pensada para quienes desean adquirir o ven-

der autos de segunda mano con total seguridad y con el respaldo de Imcruz.

También lanzaron "CRÉDITO-72hrs", una plataforma digital que permite acceder virtualmente a un préstamo bancario para adquirir un auto en tiempo récord.

"El desafío para la próxima gestión es apostar por estrategias disruptivas que nos permitan proyectar nuevas metas comerciales e institucionales en beneficio de nuestros usuarios", sostuvo Pagola.

### "Contamos con miles de clientes satisfechos"

Llevamos 36 años liderando el sector automotriz boliviano, con el talento y compromiso de 960 colaboradores. Tenemos presencia en La Paz, Cochabamba, Oruro y Santa Cruz con 31 locales de venta y 25 talleres técnicos; además de una amplia red de concesionarios que nos ayudan a dar cobertura en ciudades como Montero, El Alto, Tarija, Sucre y Potosí. Podemos decir con orgullo que contamos con miles de clientes satisfechos, a los cuales mantenemos informados sobre nuestras promociones y ventajas de realizar los mantenimientos en nuestro servicio de posventa.

En un año tan particular como el que estamos cerrando, recibir este reconocimiento es aún más significativo y nos alienta a seguir trabajando para ofrecer calidad y buen servicio a nuestros clientes.

Nuestro liderazgo se consolida al ser reconocida ante 100 expertos profesionales, en áreas que hemos trabajado arduamente como responsabilidad corporativa, innovación tecnológica, lanzamientos de productos, protección a nuestro talento humano y comunicación externa.

### CIFRAS

# 960

Fuentes de empleos genera la importadora en las ciudades donde teine presencia. Tiene 31 locales de venta y 25 talleres técnicos.



ENRIQUE PAGOLA  
GERENTE GENERAL

### CAMPAÑAS



"DONA Y GANA". La idea fue fomentar la donación de plasma hiperinmune". Un donante cochabambino fue el ganador del Suzuki Swift "0" Km prometido en esta actividad, que tuvo la participación de más de 900 donantes que superaron el Covid.



#NosMovemosPorTi. Pusieron a disposición una flota de vehículos y camiones de más de 20 unidades, que fueron utilizados para para movilizar personal autorizado, distribuir víveres y transportar a pacientes.



"Contigo Todo el Camino". Campaña de educación vial que llegó a 14.000 conductores y estudiantes de manera directa y más de 3,3 millones de personas a través de medios como televisión, radio, pantallas móviles, etc.

# LOS TAJIBOS HOTEL

## Innovó con su servicio Los Tajibos Delivery

**HOTEL.** Destinó importantes inversiones en su plataforma, servicio que lleva su alta gastronomía a los hogares de sus clientes

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

**4**  
PREMIOS



Lleva 45 años en el mercado, desde entonces son protagonistas y testigos del desarrollo de Santa Cruz y Bolivia. Los Tajibos Hotel, ofrece a sus huéspedes 208 habitaciones con una variedad de seis categorías como: Executive, Pool View, Club Ejecutivo, Junior Suite, Executive Suite y Suite Presidencial. Además, cuenta con parqueo disponible para 240 vehículos. De acuerdo a Samuel Doria Medina, gerente general, el hotel se caracteriza por marcar tendencias, tanto en el rubro hotelero como también en la innovación gastronómica de la alta cocina y, una infraestructura única con espacios amplios y horizontales,

rodeados de naturaleza que permiten a sus huéspedes y visitantes sentirse como si estuvieran fuera de la ciudad. Los Tajibos cuenta con tres restaurantes propios La Terraza, Jardín de Asia y Piegari, y el su Bar denominado Tajý. Durante el tiempo de pandemia, el hotel realizó importantes inversiones como en su plataforma de e-commerce Los Tajibos Delivery, servicio que lleva la alta gastronomía directo a la casa de sus clientes. "Los Tajibos fue el único hotel en operar y diversificar sus servicios reafirmando así nuestro compromiso por Santa Cruz y el país", indicó Medina.

### CIFRAS

**45**

Años de vida tiene Los Tajibos Hotel desde que abrió sus puertas el 26 de febrero de 1975.

**208**

Habitaciones y seis categorías diferentes tiene disponible el hotel para sus huéspedes.

"Destacamos todo el esfuerzo de nuestro equipo de trabajo"

El dinamismo es el sello de Los Tajibos para adaptarse a los cambios y mantenerse como un referente del rubro hotelero a lo largo de estos 45 años de trayectoria.

Destacamos el esfuerzo de todo nuestro equipo, gracias a ello pudimos brindar un servicio reinventado con nuevas medidas de bioseguridad, manteniendo altos estándares de calidad, gastronomía de alta cocina que llega hasta la puerta de los clientes a través del servicio de Los Tajibos Delivery y una infraestructura con capacidad de brindar servicios de hospedaje, áreas abiertas para disfrutar en familia y volver a realizar negocios, son algunos de los elementos diferenciadores que hemos presentado como hotel. Sin duda, recibir este reconocimiento nos inyecta una dosis de esperanza para seguir innovando ante cualquier circunstancia. El principal desafío del hotel es seguir innovando para ser líderes de la hotelería cruceña y boliviana.

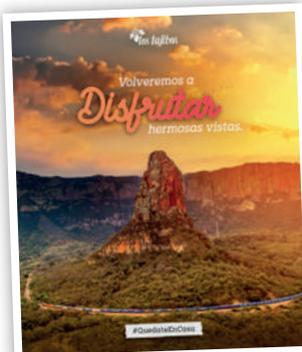


SAMUEL DORIA MEDINA MONJE  
GERENTE GENERAL

### CAMPAÑAS



**CONOCÉ SANTA CRUZ, CONOCÉ LOS TAJIBOS:** Son videos turísticos dentro de Santa Cruz que tienen el objetivo de potenciar al departamento como un destino turístico.



Nos Volveremos a Encontrar #QuedateEnCasa: Campaña lanzada al inicio de la pandemia que apelaba a los sentimientos. Lanzaron un mensaje de esperanza y que juntos saldremos adelante.



**APOYO A ARTISTAS:** Destinaron un espacio en sus redes sociales y página web para potenciar y apoyar a los artistas bolivianos.



# PEDIDOSYA

## Apunta a crecer en la región e innovar en sus servicios

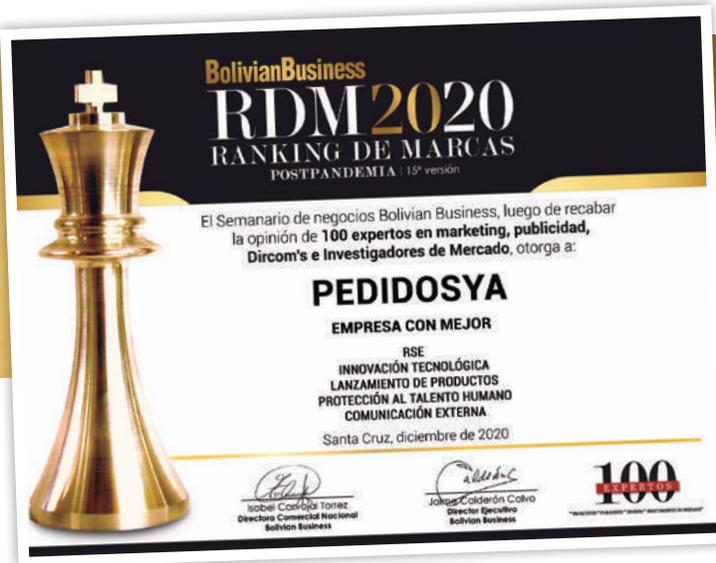
**CRECIMIENTO.** Adquirió Glovo con el fin de expandir sus operaciones. Además, este año se innovó con su propio supermercado 100% online.

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 4

## PREMIOS



En junio de este año PedidosYa cumplió dos años de operaciones en el país. Uno de los hitos que destaca la compañía fue haber adquirido 'Net Comidas', empresa que se transformó en la primera y más grande compañía de delivery online de Bolivia, esta compra fue uno de los hechos más importantes a una startup boliviana en todo el ecosistema e-commerce en la historia del país, superando las siete cifras en dólares. Otro hito importante que marcó a la compañía este 2020 fue la adquisición de Glovo en América Latina, hecho que catapultó el

crecimiento de la empresa. "La compañía continúa su expansión y apunta a consolidar su liderazgo en 14 países de América Latina en 2021 el doble de las operaciones actuales", indicó Juan Pablo Velasco, Managing Director.

En Bolivia, PedidosYa cuenta con más de 2.000 repartidores distribuidos en siete capitales del departamento y tres ciudades intermedias (Santa Cruz, Montero, La Paz, El Alto, Tarija, Cochabamba, Quillacollo, Sucre, Trinidad y Oruro). Tiene más de 400 mil usuarios en el país que pueden pedir desde

productos de farmacias, supermercados, restaurantes o hacer envíos de puerta a puerta.

El 2020 fue un año de innovación con la apertura de los primeros PedidosYa Market, supermercados propios de la compañía 100% online, con 22 Markets funcionando en América Latina. En Bolivia pretenden cerrar el año con la apertura de seis Markets distribuidos en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba.

### CIFRAS

# 400

Mil usuarios en el país utilizan la plataforma para realizar diferentes pedidos.

### CAMPAÑAS



ESTAMOS ENTREGANDO LO MEJOR DE CADA UNO: PedidosYa activó la entrega de productos de supermercado y farmacia para abastecer a las familias bolivianas. Los principales héroes de este tiempo fueron los riders de la empresa que con mucho valor salieron a las calles para entregar lo mejor de cada uno apoyando en la tarea de cuidarnos entre todos, cuidar que las familias bolivianas se quedaran en casa.



ALMUERZOS DESDE 18 Bs: En julio lanzaron la opción de tener almuerzos desde 18 Bs. Es así que hasta la fecha tienen una variedad de platos económicos para todos los usuarios de la App en Santa Cruz, Sucre, La Paz, Cochabamba y Tarija.



JUAN PABLO VELASCO  
MANAGING DIRECTOR

### "Nos preparamos para ingresar al mercado de Potosí"

Sin duda alguna la pandemia nos movió a todos. Sin embargo, en medio de las circunstancias supimos concretizar lo que se había planeado y la expansión y crecimiento de nuestras operaciones continuó. El inicio de la pandemia significó uno de los más duros momentos, ya que nos vimos restringidos en nuestras operaciones debido a la cuarentena estricta y rígida. Aun así, siempre fuimos conscientes de que nuestro rol era importantísimo para coadyuvar en la tarea de que la gente se quedara en casa. Pensando siempre en facilitarles las cosas a nuestros usuarios ofrecimos delivery OBs en pedidos de farmacias, supermercados, implementamos el servicio

de entregas de puerta a puerta y hasta llegamos a otras ciudades y capitales de departamento. Durante la cuarentena abrimos operaciones en Tarija, las ciudades del Plan Tres Mal, la Pampa de la Isla y la Villa Primero de Mayo de Santa Cruz. Llegamos a Montero, Sucre y Quillacollo y recientemente a Oruro. Ahora nos preparamos para entrar a Potosí. Trabajamos para generar la mejor de las experiencias para nuestros usuarios y partner. En este año tan duro para todos sabemos que cumplimos un rol fundamental en la reactivación económica. Este reconocimiento es una muestra de que vamos por buen camino y debemos seguir por ese rumbo.

# RED UNO DE BOLIVIA

## Se convierte en un medio de comunicación multiplataforma

**EMPRESA.** Red Uno adaptó rápidamente su programación durante la pandemia. Asimismo, trabajó su presencia en la web y redes sociales.

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

4

PREMIOS



Es uno de los medios de comunicación líderes a nivel nacional. Los servicios informativos en sus diferentes formatos son sus principales productos. Asimismo, ofrece otras alternativas de entretenimiento para diferentes públicos. Según Joaquín Pereyra, gerente general, la Red Uno se convierte en un medio de comunicación multiplataforma al tener una presencia destacada en el ecosistema digital tanto por su sitio WEB, distintas redes sociales, así como con su propia aplicación; Red Uno Play, “desde hace tres años venimos innovando y liderando

respecto a transformación digital en los medios del país”, indica. “La pandemia nos obligó a adaptar nuestra programación rápidamente, se tuvieron que suspender algunos programas de entretenimiento al vivo y al mismo tiempo se incrementó la frecuencia/duración de los espacios informativos. Para continuar con los programas al aire se tuvo que extremar esfuerzos en cuestión de medidas de protección de bioseguridad para nuestro personal, trabajo por turnos diferenciados y apoyo en herra-

mientas de teletrabajo”, explicó el ejecutivo. De acuerdo a Pereyra, el directorio de la empresa seguirá apostando por el desarrollo, es así que el principal desafío de la empresa para el 2021 será entender mejor a su audiencia y los cambios que se están dando en preferencias y hábitos del consumidor y así adaptar sus contenidos para un usuario cada vez más sofisticado, informado y exigente.

### CIFRAS

400

Colaboradores forman parte de la casa televisiva a nivel nacional.

### CAMPAÑAS



“TE CUIDO-ME CUIDAS”, campaña que tuvo dos puntos importantes: Informar para orientar e impulsar la solidaridad y empatía.



#TIEMPODEACTUAR CON UNICEF. Fue una campaña realizada a través de una alianza estratégica entre red uno y Unicef en apoyo a la niñez. el objetivo fue recaudar a través de la donación del público, un millón de bolivianos.



SERIE DE EVENTOS-FESTIVALES DE CBN: Desarrollaron el festival gastronómico ‘Orígenes Huari’, el ‘Mega Festichele’, tuvo el objetivos de reactivar el rubro musical del país. ‘Mega Festichele,’ que incentivó el consumo responsable desde casa.



JOAQUÍN PEREYRA  
GERENTE GENERAL

### “Este premio fortalece nuestro compromiso con la sociedad”

El 2020 fue muy duro para la sociedad en su conjunto. Los ingresos de la industria publicitaria se vieron afectados, aspecto que impulsó a las empresas a buscar medidas de optimización de costos en general. En nuestro caso particular, la pandemia nos obligó a adaptar nuestra programación rápidamente – se tuvieron que suspender algunos programas de entretenimiento al vivo y al mismo tiempo se incrementó la frecuencia / duración de los espacios informativos – los servicios informativos más que nunca se convierten en un servicio fundamental y estratégico para la sociedad. Para la Red Uno es un honor ser reconocida como

una de las 25 marcas más poderosas por una institución tan prestigiosa como Bolivian Business y 100 líderes de marketing/publicidad a nivel nacional. Este premio fortalece aún más nuestro compromiso con la sociedad, nuestra prioridad como medio de comunicación es mantener bien informada y brindar entretenimiento de calidad a nuestra audiencia. La casa televisiva tomó diferentes medidas durante la pandemia como: Contribución activa y voluntaria para la sociedad mediante información veraz. Implementaron productos nuevos y otros fueron visiblemente mejorados. Lanzaron varios estrenos de diversos géneros, producciones propias y enlatados, etc.



# SAMSUNG BOLIVIA

## Realizó presentación de equipos e inauguró tiendas

**TECNOLOGÍA.** Lanzó su Galaxy S20 y Z Flip, el Note 20, S20 FE. Asimismo, inauguró Samsung Café y una tienda virtual.

### EMPRESA CON MEJOR

- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 4

PREMIOS



A lo largo del 2020, Samsung sorprendió a sus usuarios con novedosos e innovadores equipos tanto para el entretenimiento como para el trabajo. Además, inauguró tiendas en diferentes departamentos del país y renovó sus servicios posventa para brindar mayor tranquilidad y confort a sus clientes.

Según Jorge Vargas, IM Head Division de Samsung Bolivia, el primer semestre del año la compañía surcoreana sorprendió desde San Francisco, Estados Unidos, con la presentación de los nuevos Galaxy: S20 y Z Flip. Asimismo, anunció diferentes equipos como el M31 o el A71; pero, sin duda, los protagonistas del año fueron sus Powerphones, Note

20 y el Note 20 Ultra, potentes equipos que se lanzaron al mercado mediante un evento virtual.

En octubre, la firma surcoreana lanzó al mercado boliviano un nuevo integrante más para que los usuarios puedan hacer lo que aman con un sólo dispositivo: el S20 FE. El mismo mes, anunció la llegada del Galaxy ZFold2 a Bolivia; el teléfono plegable con tecnología de vanguardia.

Asimismo, la compañía lanzó la tienda virtual de Samsung, una plataforma en la que los usuarios pueden revisar los productos disponibles y adquirirlos vía online. También, presentó siete canales

de atención al cliente a distancia, que incluyen: servicio remoto, instalación remota, agenda de citas para soporte técnico, centros autorizados a nivel nacional, call center gratuito y chat online 24/7.

En este marco también inauguró el Samsung café, un espacio donde el Café & tecnología se fusionan para satisfacer dos placeres irremplazables. Y para cerrar con broche de oro, hace unos días Samsung inauguró la tienda de tecnología más grande del país hasta la fecha, son casi 400 m2 de pura tecnología que se pueden disfrutar en el centro comercial Hupermall de Cochabamba.

### CAMPAÑAS



**PRESENTACIÓN:** El primer semestre del año la compañía surcoreana sorprendió desde San Francisco, Estados Unidos, con la presentación de los nuevos Galaxy: S20 y Z Flip



**EVENTO:** Samsung anunció diferentes equipos como el M31 o el A71; pero, sin duda, los protagonistas del año fueron los Powerphones, Note 20 y el Note 20 Ultra, potentes equipos que se lanzaron al mercado mediante un evento virtual.



La compañía lanzó su tienda virtual de Samsung, una plataforma en la que los usuarios pueden revisar los productos disponibles y adquirirlos vía online. Bajo esa misma línea, la empresa firmó una alianza con Yaigo.

### “Nos supimos adaptar rápidamente a la situación actual”

Samsung es una empresa que se dedica a comercializar artículos de consumo electrónico. Tenemos un portafolio que cuenta con una amplia gama de dispositivos entre Tvs, Línea Blanca, Celulares, Tablets y otros. Llevamos 10 años en el mercado boliviano, tenemos 50 trabajadores y oficinas en La Paz y Santa Cruz.

La pandemia, así como a todas las empresas afectó al target de ventas esperado que tenía Samsung a inicios del 2020, sin embargo, debido a la rápida adaptación al nuevo entorno el nivel de impacto fue menor.

El 2021 es un año cargado de incertidumbre, eco-

nómica, también en términos de salud, el mayor desafío para nosotros es sin duda alguna poder seguir llegando a nuestros clientes con nuestros productos, a pesar de estos factores externos y por supuesto mantener nuestra posición de liderazgo en un mercado muy competitivo.

Sin duda alguna constituye un privilegio para Samsung el estar entre las 25 marcas más poderosas en Bolivia, la marca trabaja para facilitarles la vida a nuestros clientes y agradecemos la preferencia de la población boliviana en este sentido que nuevamente ratifica el liderazgo absoluto de Samsung en todas las categorías de productos.



JORGE VARGAS  
IM HEAD DIVISION

# LABORATORIOS BAGÓ DE BOLIVIA

## Apuesta a ser sostenible con un triple impacto

**RETO.** Ser rentable, socialmente responsable y cuidar el medio ambiente. Durante la pandemia invirtió en logística y protección para sus trabajadres.

### EMPRESA CON MEJOR

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano

# 4

PREMIOS



El principal desafío de Laboratorios Bagó de Boliviana para la gestión 2021 es ser sostenible con un triple impacto: ser rentables, socialmente responsables y cuidar el medio ambiente. María René Centellas, gerente general del laboratorio, indicó que la pandemia les planteó un desafío de transformación para cumplir su propósito de poner a disposición de los bolivianos medicamentos de calidad certificada, por lo que realizaron importantes inversiones en logística y en protección de sus trabajadores. “Para que podamos seguir todos sanos, dimos empleo indi-

recto a los sectores que hicieron posible la continuidad de la distribución”, dijo. Laboratorios Bagó de Bolivia es una industria farmacéutica nacida en 1976 como importadora. Desde 1978, hace 42 años, producen medicamentos en el país. Tiene 600 trabajadores con presencia en los 9 departamentos con 7 sucursales. Tienen una participación del 12% del mercado farmacéutico. Como primera industria en el rubro, atienden a toda la población a través de la atención personalizada de 10.000 médicos y 5.000 farmacias en todo el país.

### CIFRAS

600

Trabajadores forman parte del laboratorio en los nueve departamentos donde están presentes.

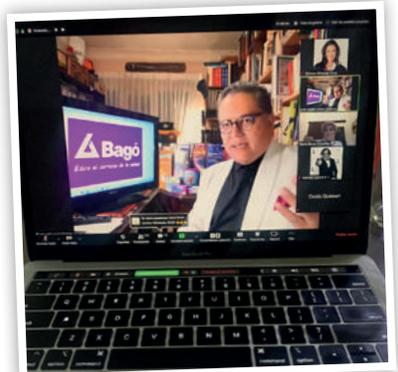
12%

Es la participación de mercado que tiene Laboratorios Bagó de Bolivia.

### CAMPAÑAS



**Responsabilidad Social Empresarial:** Realizaron una desinfección de sus consultorios y cuidaron su medio ambiente compensando su huella de carbono y huella hídrica.



**INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.** Para llegar y comunicar a sus clientes, realizaron foros virtuales dirigidos a médicos y farmacias.



**LANZAMIENTO DE PRODUCTOS.** Lanzaron al mercado medicamentos de calidad certificada del protocolo Covid.

### “Realizamos donaciones, innovamos y lanzamos productos”

Las principales medidas que aplicamos fue: En RSE, ejecutamos la economía circular y colaboramos en nuestra comunidad a través de donaciones de elementos de protección personal (EPP) de bioseguridad para los profesionales en salud, policía nacional y periodistas. Además, realizamos una desinfección de consultorios y cuidamos el medio ambiente compensando nuestra huella de carbono y huella hídrica. En innovación tecnológica, para llegar a nuestros clientes, innovamos nuestra forma de comunicación virtual a través de plataformas

dirigidas a médicos y farmacias. Asimismo, lanzamos al mercado medicamentos de calidad certificada del protocolo Covid. Además, realizamos pruebas rápidas de Covid y se cumplió estrictamente el protocolo emitido por la autoridad sanitaria para preservar la salud y el bienestar de las personas. Se ofreció de elementos de protección personal (EPP) y se brindó transporte exclusivo para cada persona desde su domicilio al lugar de trabajo cuidando las medidas de bioseguridad. Se adoptó el teletrabajo, permitiendo que todos estén comunicados gracias a la tecnología.



MARÍA RENÉ CENTELLAS  
GERENTE GENERAL



# BANCO NACIONAL DE BOLIVIA

## Potenció transformación digital en atención y servicios

**INNOVACIÓN.** El banco logró transformar procesos tradicionales en digitales, como la apertura de cuentas online, créditos 100% digital, etc.

### EMPRESA CON MEJOR

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Comunicación Externa

# 4

PREMIOS



El 2020 ha sido un año de desafíos inesperados, y en los que el banco ha logrado adaptarse a la coyuntura en sus diversas áreas y de diferentes maneras, aseguró Pablo Bedoya, presidente de Directorio del BNB. En RSE su programa fue enriquecido con acciones orientadas al bienestar de sus funcionarios y clientes. Para la protección de sus colaboradores el banco implementó importantes acciones, como sesiones de coaching individual y grupal, un portal de salud del banco para gestionar emociones, además de contratar un servicio médico privado en todas sus sucursales tanto

de modo presencial como telemedicina, explicó. En lo referido a acciones con la comunidad, el banco gestionó y apuntaló la donación realizada por ASOBAN de Bs 22 millones para compra de equipamiento. A su vez, ha apoyado la campaña "Súmate" de Visión Mundial Bolivia, cuyo fin fue la dotación de canastas familiares y kits de limpieza para más de 9.000 familias bolivianas. En innovación tecnológica y lanzamiento de productos, el BNB potenció su proceso de transformación digital, mejorando la atención a clientes e integrando empresas en el eco-

sistema de APIs. También transformó el proceso de apertura de cuenta de ahorros a un formato 100% online, "Más de 20.000 clientes abrieron y de ellas el 43% de las aperturas de cuenta en los últimos 6 meses fueron online", señaló. Para los clientes mayores de 60 años dispuso un Centro de Asistencia Banca Senior para realizar pago de servicios. Otro servicio digitalizado fue el crédito de Consumo Asalariados, un seguro de enfermedades graves, entre otros servicios.

### CIFRAS

# 1.747

colaboradores integran el plantel colaboradores del BNB.

**"Nos sentimos motivados y con planes a futuro"**

Con 148 años de historia, somos uno de los bancos más grandes e innovadores del país. Nuestro compromiso con el país es cada vez más fuerte y ser reconocidos entre las 25 marcas más poderosas de Bolivia, nos impulsa a seguir trabajando con responsabilidad y excelencia. Nos sentimos motivados y con muchos planes a futuro para que el banco siga creciendo, para fortalecer su solvencia y para procurar un servicio de altura de la mano de la transformación digital y la mejora de nuestras capacidades y competencias.

A raíz del contexto mundial, BNB ha replanteado sus objetivos para responder a la realidad actual. Por lo tanto, nuestros desafíos para 2021 son: velar por la solvencia y el valor del banco; asegurar la continuidad de los servicios y operaciones acorde a la nueva realidad; continuar apoyando a los clientes para que puedan lograr sus objetivos; profundizar y agilizar el proceso de transformación digital; y continuar con los programas de RSE en beneficio de los grupos de interés.



PABLO BEDOYA  
PRESIDENTE DE DIRECTORIO

### CAMPAÑAS



Apertura de Cuenta online: Ante la emergencia sanitaria BNB convirtió un proceso tradicional de apertura de cuenta en uno 100% digital. Las personas pueden abrir su caja de ahorros desde su celular y recibir su tarjeta de débito en su casa.



BNB Puntos, renueva su programa. Los clientes de tarjeta de crédito acumulan puntos por cada dólar de consumo que realicen, los cuales podrán ser canjeados por pago de servicios, dinero en efectivo, viajes, muebles, electrodomésticos



Crédito vehicular 100% digital. Con la nueva plataforma digital Multi-Concesionaria el cliente puede obtener un crédito vehicular en 24 horas, 100% digital y sin necesidad de ir al banco.

# DISMAC

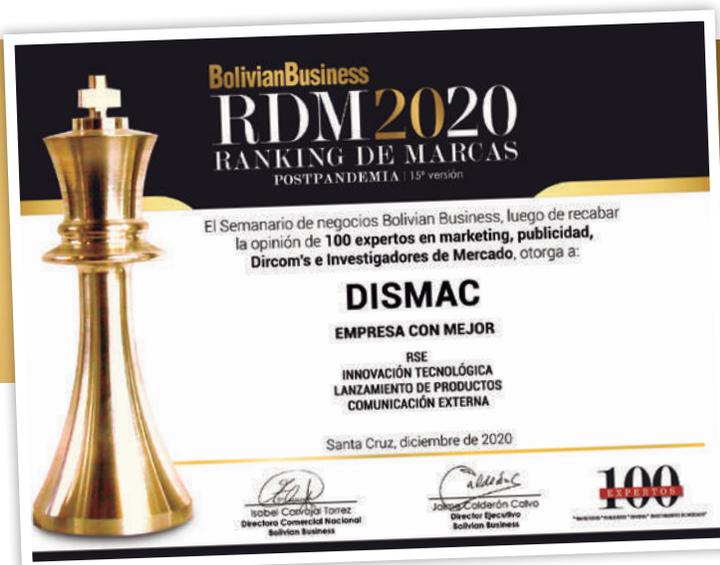
## Diversificó canales de venta online y oferta de productos

**GESTIÓN.** Durante el periodo de confinamiento habilitó diversas opciones de pagos, además de continuar con entregas a domicilio.

### EMPRESA CON MEJOR

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Comunicación Externa

**4**  
PREMIOS



**G**alardonada con cuatro distinciones, en el RDM 2020, Dismac formó parte de las 25 marcas más poderosas. En palabras de Luis Fernando Saavedra, gerente general “estos premios son un reconocimiento al esfuerzo y el compromiso de toda una empresa durante 106 días de cuarentena y de ahí para adelante”. Saavedra destacó, de todo su equipo de trabajo, que durante la cuarentena todos volcaron su trabajo y apoyo a potenciar el canal de venta online. “Desde el primer día estuvimos activos y realizando entregas en un máximo de 24 horas”, añade.

Con una trayectoria de más de 30 años, Dismac se ha posicionado en el país como una de las marcas con mayor confianza para el mejoramiento del hogar, destaca Saavedra. “Contamos con más de 20 sucursales distribuidas en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. Nuestra planilla de trabajadores contempla más de 300 empleados. Tenemos un extenso catálogo de productos, agrupados por categoría: línea blanca, tecnología, electrónica, telefonía, electrodomésticos, hogar, bioseguridad, motocicletas, bicicletas y climatización”, detalla.

### CIFRAS

**1.985**

Año en el que fundada Dismac, empresa boliviana perteneciente a la industria del retail.

**+300**

Empleados integran el equipo de colaboradores en Dismac.

### “Digitalizamos todas nuestras operaciones”

**D**urante la crisis sanitaria, Dismac a través de su proyecto de Responsabilidad Social “Haz de tu casa tu lugar en el mundo”, promovió acciones para proteger a nuestros colaboradores y clientes, pero también buscamos llegar más allá, ante las necesidades del sector salud, por lo que donamos un respirador Newporte360, equipo de última tecnología a fin de ayudar en el tratamiento de pacientes graves por Covid-19.

Otra medida importante aplicada, en innovación tecnológica fue la digitalización de nuestras operaciones. Se potenció el canal de venta online, con más personal de atención al cliente en la línea gratuita al cliente. Se habilitaron diferentes opciones de pago con tarjeta, transferencia bancaria, QR simple o a través de la red de comercio asociados.

Otra acción, fue ampliar nuestro catálogo de productos enfocado a cubrir necesidades básicas durante la cuarentena, como el refrigerar y cocinar alimentos, implementar oficinas y aulas escolares en casa, para ello Dismac implementó la categoría home office, línea blanca, etc.



### CAMPAÑAS



“Quédate en Casa”. Con esta campaña Dismac comunicó a sus clientes estar activo a través de su canal de venta online [www.dismac.com.bo](http://www.dismac.com.bo), listo para atender las necesidades mediante su línea de atención al cliente y realizando entregas gratuitas sin montos mínimos.



Black Friday. Previa online, un Cyber Monday fueron todas las acciones que formaron parte de su campaña Black Friday, además de los días de evento en todas sus sucursales de las tres regionales.



Campaña Navidad. Este 2020 ofrece a sus clientes la mejor Navidad con los precios más bajos del mercado y en MiniCuotas. Por ello, habilitó una extensa cartilla de productos para poder consentir a toda la familia.



# HIPERMAXI

## Reinventó su atención y cuidados en servicio al cliente

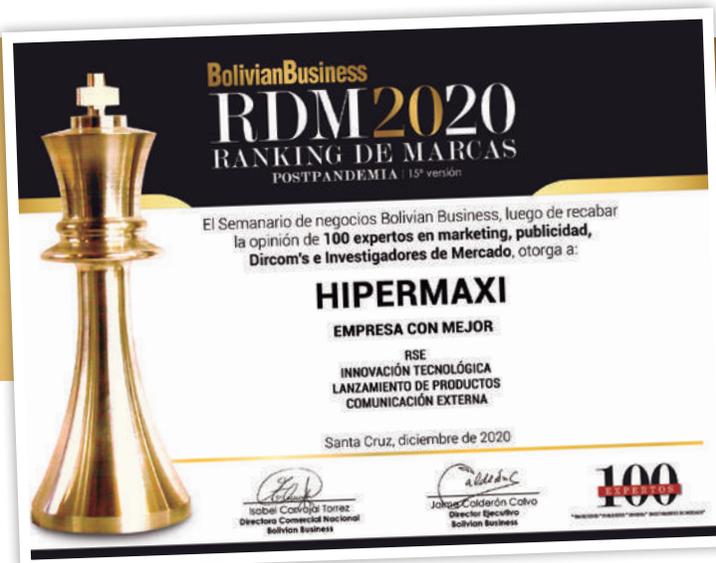
**TECNOLOGÍA.** Ante las restricciones por la pandemia, la empresa incorporó el delivery zonificado y continuó realizando campañas de rebajas.

### EMPRESA CON MEJOR

- RSE
- Innovación Tecnológica
- Lanzamiento de Productos
- Comunicación Externa

# 4

PREMIOS



Este año, Hipermaxi se destacó como la mejor cadena de supermercados, según el Ranking de Marcas 2020, y para cuatro categorías diferentes. “Para nosotros es un gran orgullo y elogio además de un reto para el próximo año, a seguir innovando en otras plataformas que quiere el consumidor, realizando campañas con precios agresivos y ofertas”, expresó Federico Stelzer, gerente general.

Durante la crisis sanitaria Hipermaxi mostró su solidaridad al donar más de 90 toneladas de

alimentos a los Bancos de Alimentos del país, y así llegar a los barrios más necesitados y golpeados por el Covid-19.

En la actualidad, la cadena de supermercados Hipermaxi tiene presencia en el eje troncal con sucursales en Santa Cruz, Montero, La Paz, El Alto; Sacaba y Cochabamba, con 35 salas de supermercados y 35 farmacias y a través de sus más de 3.900 funcionarios recibe a miles de clientes al mes que buscan un buen servicio, calidad y surtido en productos y ofertas, señaló ejecutivo.

### CIFRAS

# 35

Salas de supermercados instaladas en el eje troncal del país.

# 3.900

fuentes de empleo generadas



FEDERICO STELZER  
GERENTE GENERAL

### “Los primeros meses de pandemia fueron de aprendizaje”

Hipermaxi es la cadena de supermercados líder del país. Pertenecemos al mundo del Retail (ventas minoristas) ofreciendo a los bolivianos variedad, surtido y precios bajos en todas nuestras sucursales.

Para Hipermaxi, en esta pandemia los primeros meses fueron de aprendizaje y adaptación a la “nueva normalidad” acompañada de grandes desafíos, como la reducción de horas de atención al público y maximizar nuestro servicio al cliente.

También nos reinventamos con una atención personalizada como el “delivery”, y no menos

importante la empresa realizó una gran inversión en equipos de desinfección para nuestras sucursales, equipos de bioseguridad e insumos para nuestros colaboradores.

Para el próximo año, consideramos que uno de los principales desafíos será consolidarnos como una empresa digital en marketing y en atención al cliente.

Segundo será diversificar espacios en nuestras sucursales para brindar un mejor servicio y nueva experiencia al cliente, un reto que es constante para empresas dedicadas a la actividad de retail.

### MEDIDAS EN

#### RSE

- Durante la pandemia, entregó más de 90 toneladas de alimento en los Bancos de Alimentos del país, llegando así a los barrios más necesitados, además de entregas de insumos médicos, barbijos y trajes de bioseguridad.
- Junto al Banco de Sangre de Santa Cruz apoyó en la campaña de donación de Plasma.



#### Innovación tecnológica

- Por la crisis sanitaria, Hipermaxi trabajó en la incorporación de un equipo propio de delivery zonificado para atender a sus clientes y un portal de negocios para trabajar virtualmente con sus proveedores

#### Comunicación Externa

Hipermaxi continuó realizando grandes campañas de rebajas y ofertas además con presencia en medios tradicionales así como una gran inversión en el canal digital.



# ITACAMBA CEMENTO

## Actuó con responsabilidad e innovación en todas sus áreas

**ACCIONES.** Destaca por ser un empresa enfocada en el cliente y el cuidado prioritario del personal. Actuó con empatía en zonas de influencias.

### EMPRESA CON MEJOR

- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 3

PREMIOS



**D**urante la pandemia, Itacamba actuó con responsabilidad en todas sus áreas de trabajo. En Este sentido, Alexander Capela, gerente general expresó “nuestra inversión está centrada siempre en la mejora continua tanto de la planta como industria, así como nuestros procesos administrativos para responder a las exigencias del mercado”, En Resposabilidad Corporativa, la empresa impactó a más 40.000 personas en la provincia German Busch, entregó dos respiradores e implementos médicos a todo el sistema de sa-

lud de la provincia, apoyó a emprendimientos, trabajando codo a codo con las instituciones, articulados a través de un sistema de comunicación fluido y efectivo. Este año, Itacamba fue la empresa de cemento líder destacada en el Ranking de Marcas 2020. “Para la familia Itacamba es un compromiso de seguir aportando al desarrollo de nuestro país, Santa Cruz y nuestra provincia German Busch, nos sentimos honrados, agradecidos y orgullosos por este reconocimiento”, manifestó Capela.

### CIFRAS

**200**

Empleos directos y más de 1.000 indirectores genera Itacamba en toda su cadena de valor.

**39%**

Es la participación de mercado ganado en el mercado cruceño, según datos del INE a septiembre de 2020.

### MEDIDAS

#### RSE



En las comunidades de influencia, (Puerto Suárez, Puerto Quijarro, Carmen Rivero Torrez y Yacuses), Itacamba entregó materiales de bioseguridad, además de 150 canastas de alimentos. También desarrolló un proyecto para producción de barbijos reutilizables, entre otros aportes.

#### Comunicación Externa



Durante la pandemia, Itacamba mantuvo cercanía con sus clientes a través de llamadas con asesores de venta y call center, whatsapp. Se lanzó Itacamba Master Class, con capacitaciones técnicas online; e implementó en ferreterías material de bioseguridad.



#### Innovación tecnológica

Su planta Yacuses ya tenía incorporado el sistema de trabajo remoto, por lo que se procedió a la ampliar el teletrabajo a todas las áreas de la empresa, adaptando de esta forma toda su tecnología para que la planta siga operando. Además impulso canales digitales de venta.

### “Nuestra inversión está centrada en la mejora continua”

**S**omos una empresa innovadora, ágil y con un equipo comprometido y enfocada en el cliente y conscientes que primero somos las personas. Cuando empezó la pandemia, se decidió preservar la salud de nuestros colaboradores y en pocos días tuvimos gran parte del equipo en tele trabajo, sin comprometer la producción. Nuestros técnicos pasaron a monitorear la planta remotamente, el equipo comercial estableció protocolos de seguridad para seguir apoyando nuestros clientes de manera innovadora, reforzamos el stock del cemento en nuestros Centros de Distribución para garantizar

el abastecimiento; se activó el comité gerencial permanente, todos los días todos los gerentes nos reunimos y coordinamos las acciones y tomamos decisiones en conjunto, el mismo formato lo realiza cada gerente con las unidades respectivas. Implementamos un sistema de información periódica donde los Gerentes nos reunimos con todos los colaboradores e informamos del avance y las decisiones tomadas para seguir preservando la vida y seguridad de todos. Me siento satisfecho que durante este año, el 100% de nuestra planilla sigue intacta. Nuestra inversión está centrada siempre en la mejora continua.



ALEXANDER CAPELA  
GERENTE GENERAL



# UNILEVER ANDINA BOLIVIA

## Se reinventó y cambió más del 70% de sus planes

**SOLIDARIDAD.** Realizó diversas donaciones en productos de alimentos, desinfección y limpieza, kits y otros insumos dirigidos a la comunidad.

### EMPRESA CON MEJOR

- Lanzamiento de Productos
- Protección al Talento Humano
- Comunicación Externa

# 3

## PREMIOS



La pandemia y la consecuente cuarentena impulsó un giro importante en el modelo de negocio de Unilever, señala su gerente general Fernando Ciarrocca. “Nos reinventamos y cambiamos más del 70% de nuestros planes, potenciando innovaciones de productos que respondan a las “nuevas” necesidades de los bolivianos”, expresó. De esta manera, Unilever asumió medidas importantes en diferentes aspectos. En Responsabilidad Social Empresarial, realizó generosas donaciones en productos de alimentos que superaron las 15 toneladas, además de toneladas

de productos de desinfección y limpieza donados a mercados, hospitales en diferentes regiones del país, kits de limpieza, 20 respiradores, entre otros recursos. Todo esto a través de programas propios y alianzas con empresas como Soboco, o el Banco de Alimentos, indicó Ciarrocca. La innovación tecnológica aplicada también en sus áreas de producción, ventas y fábricas también fueron importantes para proteger la salud de sus trabajadores. Unilever, además lanzó propuestas más amplias de productos acorde a la necesidad del mercado.

### CIFRAS

# 26

Años de trayectoria en Bolivia, como empresa de venta de productos de consumo masivo.

# 1.000

Personas de forma directa son parte del equipo Unilever y más de 3.000 de forma indirecta.

### CAMPAÑAS



La estrategia para lanzar OMO Antibacterial fue tener un producto con fórmula antibacterial en el mercado, que permita mejorar la salud, autoestima y bienestar de las personas. La campaña se enfoca en personas que creen en cuidar el futuro.



#LAVEMOSTODOS. la campaña Ola Lava Vajillas se basó en dos pilares: lo emocional con un tono inclusivo en una de las tareas de la casa; y lo funcional con un foco de comunicar el “ahorro” a través del rendimiento que ofrece esta fórmula.



“SELOLLEVO.COM”, Una plataforma e-Commerce creada en respuesta a problemática generada por la pandemia. Se creó un canal B2B, con presencia en ocho ciudades del país y con 12 operadores logísticos.



FERNANDO CIARROCCA  
GERENTE GENERAL

### “9 de 10 bolivianos tiene una marca Unilever en su hogar”

Entendimos de forma oportuna que algunos hábitos de consumo y de compra se modificaron. Los productos de desinfección e higiene básica han tomado mayor protagonismo, mientras los productos que son considerados secundarios, quedaron despriorizados.

Por otro lado, el mix de canales de venta de comercialización de nuestros productos se vió impactado. Fue importante la implementación de e-Commerce tanto de los retailers como de nuestra propia plataforma SeLoLlevo.com.

Para el 2021, tenemos el reto de: recuperar los niveles de consumo en las categorías de cuida-

do personal que han quedado despriorizadas en 2020; potenciar la propuesta de productos que tenemos, educando sobre el uso y beneficios que ofrecen; seguir innovando y responder a la demanda de los bolivianos con la mejor propuesta de productos; y potenciar la producción nacional con nuestras marcas reconocidas y lograr que los bolivianos mantenga esa preferencia. Tenemos la preferencia de los bolivianos en cada una de las categorías en las que participamos, siendo Omo, OLA, Sedal, Rexona, Dove y Liz, líderes en los diferentes segmentos. Prácticamente 9 de cada 10 bolivianos tienen una marca Unilever en su hogar.

# SOBOCE

## Apostó en modernizar su planta de cemento Warnes

**GESTIÓN.** Pese al adverso escenario por la pandemia, los accionistas de la compañía determinaron continuar con el plan inversiones previsto.

### EMPRESA CON MEJOR

- RSE
- Innovación Tecnológica

2

PREMIOS



Para Juan Mario Ríos, gerente general de Soboce, la paralización por más de 40 días de las actividades productivas y comerciales de la empresa, es un suceso que de alguna forma repercutirá en el balance de fin de año. “Calificamos la situación vivida esta gestión como extraordinaria; una condición que decidimos enfrentar con inversión”, agregó.

Por ello, los accionistas de la compañía determinaron continuar con el plan de inversiones preparado, como la manera para salir del delicado escenario generado por la pandemia del Covid 19. “La modernización de la Planta de cemento Warnes es el proyecto

que encabeza las inversiones, es la acción de crecimiento más importante que encaramos en 2020 para continuar produciendo, pero con una mejor tecnología”, enfatizó el ejecutivo.

En la actualidad, la capacidad productiva y comercial de la compañía está conformada por 17 plantas de producción, siete oficinas comerciales y 13 agencias de venta, dispuestas en las nueve ciudades capitales y ciudades intermedias como Patacamaya, Villamontes, Yacuiba y Bermejo, entre otras. Cerca de 1.400 colaboradores a nivel nacional integran la fuerza laboral de Soboce.

### CIFRAS

95

Años de actividad industrial cumplió este 2020 Soboce.

40%

es la participación de mercado que tiene Soboce a nivel nacional.

“El 2021 buscaremos consolidar liderazgo en el oriente”

Para el 2021, Soboce confía que será el año de la recuperación. Será el periodo en el que la economía y la construcción recuperarán su dinámica. Estamos preparados para estas circunstancias, en la próxima gestión, pondremos en operaciones los nuevos equipos de la Planta Warnes con cuya producción se buscará consolidar el liderazgo en el mercado oriental del cemento; además, impulsaremos una mejor gestión digital que permitirá ser más competitivos en la atención a los clientes. La empresa estará lista para atender la demanda de los distintos mercados que sin duda será mayor a la de 2020.

Por otra parte, ser parte de las 25 marcas más poderosas del RDM, para nosotros una distinción de esta índole es de gran significado para la empresa y el equipo de colaboradores, ya que expresa el reconocimiento a nuestra labor productiva y la contribución al desarrollo productivo de las regiones donde trabajamos y al crecimiento económico nacional.



### MEDIDAS



**Innovación tecnológica.** En este aspecto, Soboce destaca la modernización y proceso de transformación de su Planta de cemento Warnes, inversión que la conduce a ser una de las más avanzadas factorías con la instalación de modernos sistemas avanzados de producción, envase y despacho de cemento.



**RSE.** Junto a Unilever, Soboce ejecutó la campaña “Unidos limpiando nuestras calles” que limpió y desinfectó lugares públicos de ciudades capitales. También donó un millón de bolivianos en alimentos para sectores vulnerables.



# AGIMEX

## Se trazó cinco grandes desafíos para el 2021

**METAS.** Entre ellas, la expansión de Agimex Contract en el eje troncal y la adquisición de la franquicia KARE para La Paz, Cochabamba y Paraguay.

### EMPRESA CON MEJOR

- Lanzamiento de Productos
- Comunicación Externa

# 2

PREMIOS



Para el 2021, Agimex se planteó cinco grandes metas, manifestó Álvaro Gonzales, director del Grupo Agimex. Entre ellas, la ampliación de una sus sucursales en Santa Cruz; apuntar a la expansión de Agimex Contract con presencia en el eje troncal del país; adquisición de la franquicia Alemana KARE para La Paz y Cochabamba, con fecha de ejecución para marzo 2021, así como para Asunción, Paraguay; y con Agimex Residencial y Agimex Contract, apunta al desarrollo, crecimiento y participación en el mercado paraguayo. Ante los desafíos impuestos por la pandemia, Agimex se destacó por su espíritu de reinención. Es así

que durante este año, la empresa lanzó su canal digital "Agimex Digital Showcase" para que sus clientes puedan comunicarse con un asesor de ventas y comprar sin salir de casa, a través de su plataforma de e-Commerce. Además implementó nuevos métodos de pago, como el Click Pay, pagos por QR y Easy Pay desde su sitio web ([www.agimex.com.bo](http://www.agimex.com.bo)) Durante el periodo de cuarenta, la empresa también hizo alusión al "Quédate en casa"; comunicó a su vez anuncios y eventos como el del día de la madre facilitando las "pruebas de producto en casa", expresó su ejecutivo.

### CIFRAS

# +60

Trabajos directos, genera Agimex, empresa con presencia en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

# 30

Años en el mercado nacional, tiene Agimex, mejorando la calidad de vida de los bolivianos.



ÁLVARO GONZALES  
DIRECTOR GRUPO AGIMEX

### CAMPAÑAS



Agimex Digital Showcase + e-Commerce. Fue uno de las más importantes, porque exhibió sus productos a través de plataformas digitales, asesoramientos online y habilitó compras por internet a través de [www.agimex.com.bo](http://www.agimex.com.bo).



AGIMEXPO 2020. Fue un gran evento realizado en su nuevo showroom de La Paz, el cual además de inaugurar, exhibió diseño y mucha tendencia. Participaron clientes de Oruro, Potosí, Sucre y Tarija.



Black Week is Back. Es una de las campañas más esperadas por sus clientes a nivel nacional, porque exhibe mucho diseño a precios de liquidación.



# PATROCINADORES & PROVEEDORES

## 11 empresas apoyaron la realización del RDM 2020

La realización de la décimo quinta versión de Ranking de Marcas de Bolivian Business se llevó a cabo gracias al apoyo de 11 empresas, cinco patrocinadores y seis como proveedores.

Entre los patrocinadores estuvieron empresas como: Alianza Seguros, Laboratorios Bagó de Bolivia, Gladymar, Boo-

merang, e Imcruz. Mismas que tuvieron un espacio donde exhibieron sus productos o servicios novedosos.

Asimismo, la casa editorial recibió el apoyo de empresas proveedoras como el hotel Marriott, que fue la encargada de ofrecer los bocaditos. La Universidad Privada Boliviana (UPB) ofreció sus espacios para el desarrollo del evento.

D&M con Singani Casa Real, estuvieron a cargo de alegrar la jornada a través de cocteles y tragos para cada uno de los invitados. Bolivia Branding, con banners y letreros que adornaron los espacios. Rosa & Gris, fue la encargada del vestuario de la directora nacional comercial del medio y Paola Coimbra, fue la maestra de ceremonia del evento.

### PATROCINADORES



## Invertirán en la adquisición de nuevos equipos para optimizar sus servicios



“

Bolivian Business destaca por la calidad de su entorno, la seriedad de sus eventos, análisis, la calidad de sus reportajes y el nivel del público que lo sigue. Para Boomerang Stream es fundamental que nuestra marca esté posicionada en la mente de las grandes marcas, y por ello decidimos patrocinar el Ranking de Marcas”.

Jorge Sierra  
GERENTE DE PRODUCCIÓN

Boomerang Stream es una empresa pionera y líder en servicios streaming en Bolivia, realizan transmisiones en vivo para redes sociales con tecnología de avanzada y un personal capacitado. En los cuatro años que lleva en el mercado, según Jorge Sierra, gerente de producción, los servicios

de la productora tuvieron una buena aceptación pero con un incremento en su cartera de clientes de manera lenta, pues la etapa en que las empresas utilizaron para decidirse a experimentar con el stream, fue largo. Sin embargo, ahora tienen una agenda llena con miras de adquirir nuevos equipos para abastecer la demanda.

“Este año fue un tiempo especial para todos, sin embargo, el stream se convirtió en una herramienta útil para mantenernos comunicados sin generar tumultos, esto destapó el hecho de que el stream, además de que colabora en evitar aglomeraciones, extiende los contenidos de formas inimaginables. Esto duplicó nuestra cartera de clientes, y pretendemos seguir creciendo a este ritmo en el 2021”, dijo Sierra. En el tiempo que llevan en el mercado, Boomerang Stream, realizó importantes inversiones para mejorar de su servicio como ampliar su respaldo de internet, generar bonding en nubes de Miami, incorporación de plataformas de reuniones como ZOOM al sistema stream, comprimir sus equipos para utilizar menos personal sin sacrificar calidad, y entre sus ajustes más importantes, el remodelar su estudio stream, robotizado y completamente digitalizado, apto para transmisiones complejas y de todo tipo.





## Habilitó nuevos canales para atender las necesidades de sus asegurados



“

Como Grupo Asegurador, desde los inicios de esta prestigiosa revista empresarial, creímos, apostamos y pensamos seguir apoyando, ya que consideramos que es una motivación para el rubro empresarial, trabajar y poder ser reconocidos dentro del ranking”.

Anibal Casanovas  
GERENTE NACIONAL  
CORPORATIVO DESARROLLO  
COMERCIAL Y MARKETING

**A**lianza Seguros trabaja arduamente para hacer de sus seguros una experiencia, según indica Anibal Casanovas, Gerente Nacional Corporativo Desarrollo Comercial y Marketing, a tiempo de destacar que están a la altura de las exigencias de sus asegurados. “Nos Innovamos cada vez más facilitando nuevos canales de comunicación que permitan al asegurado estar en contacto con la compañía en todo momento”, sostiene.

A la fecha la empresa se encuentra en constante innovación, facilita el uso de sus servicios mediante la digitalización. Asimismo, fue la primera compañía en lanzar el servicio de ‘Telemedicina’ para acompañar a sus clientes en los momentos difíciles de la pandemia. Otra innovación que realizó fue el lanzamiento de Medinet Go, el cual digitaliza información de pólizas, coberturas y beneficios en un



solo lugar, “seguiremos trabajando para facilitar los canales de comunicación entre la compañía y el asegurado”, asegura Casanovas. La compañía tiene un equipo de profesionales que trabajan 24/7 estudiando las necesidades de los bolivianos y de sus asegurados para así darles tranquilidad. “Trabajamos para proteger el valor de los

bolivianos, es muy importante que nuestros asegurados se sientan seguros de pertenecer a la familia Alianza, que sientan un resguardo y que ante cualquier situación tengan el respaldo de una compañía que une esfuerzos los 365 días del año para crear en nuestros asegurados experiencias valiosas e inolvidables”, finalizó el ejecutivo.



## Innovó con el e-Commerce para ofrecer servicio 24/7 a farmacias del país



**D**urante el tiempo de pandemia, Laboratorios Bagó de Bolivia se adaptó rápidamente a las necesidades del mercado, es así que incurrió en el e-Commerce para ofrecer un servicio 24/7, mismo que es novedoso, actual, de fácil acceso y manejo para todas

las farmacias de Bolivia, explicó María René Centellas, gerente general.

Según la ejecutiva, este desafío también revolucionó las visitas médicas, con plataformas que facilitaron el contacto con el cuerpo médico nacional que requerían información sobre los nuevos productos en el

mercado.

Asimismo, durante la pandemia, el laboratorio reaccionó rápidamente y eficazmente ante la demanda de productos destinados a la lucha contra este virus, por ello lanzó al mercado la Etimicina (Azitromicina), Batadina (Hidroxicloroquina) y Nodolex (Paracetamol) todos dentro del protocolo de tratamiento Covid-19, Influenza y Dengue. Sus productos con alta demanda fueron el Refrianex (Antigripal) y Dioxadol (Antipirético), explicó Centellas.

En términos de innovación, la empresa optimizó su comunicación de forma virtual a través de plataformas especiales para médicos y farmacias.

En cuanto a bioseguridad, efectuaron pruebas rápidas de Covid, cumplieron estrictamente el protocolo emitido por las autoridades. Asimismo, adaptaron el teletrabajo a través de plataformas virtuales, redes sociales, mails, entre otros.



“

Para nosotros es parte de un compromiso integral con la sociedad y obedece a nuestro objetivo principal, que es el de trascender para preservar la salud y el bienestar de los bolivianos. El trabajo en equipo siempre da buenos resultados y estamos seguros que el patrocinio significa poner el hombro para seguir adelante”.

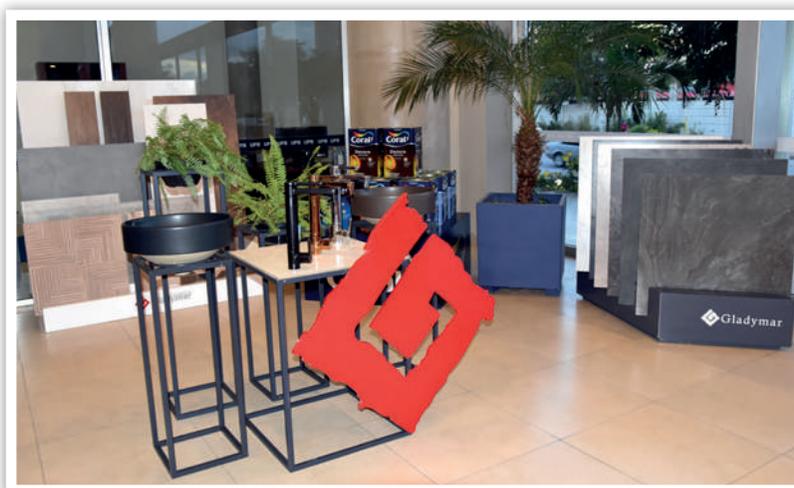
María René Centellas  
GERENTE GENERAL



## Lanza 'Noventia' el primer porcelanato fabricado por vía seca en formato 90x90



Es una de las empresas líderes en la fabricación de cerámicas en Bolivia. Gladymar cuenta con un amplio portafolio de productos para el sector de la construcción. Recientemente lanzaron 'Noventia', el primer porcelanato del mundo fabricado por "vía seca" en formatos de 90x90 centímetros, explica Juan Pablo Roda, Sub Gerente de Trade Marketing, a tiempo de destacar la buena aceptación que tuvo el producto no solo en el mercado nacional, sino también en el internacional. "Hoy ya hemos renovado la línea completamente ofreciendo nuevos acabados, texturas y diseños", afirma el ejecutivo. El 2020 fue un año de logros para Gladymar. A inicios de la gestión realizaron una alianza exclusiva como representantes de la marca de griferías y sanitarios 'Deca'. Asimismo, desarro-



llaron uno de sus últimos eventos de pre-confinamiento donde recibieron a más de 200 arquitectos y profesionales del rubro. Actualmente, están preparando en un nuevo evento. A pesar de las restricciones que se dieron a causa de la pandemia, la empresa se reinventó para llegar a sus clientes a tre-

vés de diferentes canales. "La exhibición de los productos vía web, la atención personalizada vía webcam, nuestra participación en ferias virtuales, son algunas de las adaptaciones que tuvimos que hacer para poder llegar a nuestros clientes. Son cambios que llegaron para quedarse", indicó Roda.



“ El RDM de Bolivian Business es un evento anual esperado por todos, que reconoce el excelente trabajo realizado durante la gestión. Las empresas premiadas no son solo empresas amigas, sino que también son clientes nuestros y nos alegramos cuando les va bien. Por eso es que quisimos participar para celebrar el esfuerzo de todos ellos”.

Juan Pablo Roda  
Sub Gerente de Trade Marketing

## Chevrolet Blazer, la joya de Imcruz ya está en el mercado a \$us 69.900



“ El Chevrolet Blazer está dirigido al público que disfruta de un equilibrio entre estilo, confort y versatilidad. Es una opción perfecta para personas apasionadas por los autos deportivos y, a la vez, que valoran la comodidad y la practicidad que un motorizado amplio le pueda dar”.

Michelle Noriega  
GERENTE DE CLIENTES & MARKETING

Tecnología de última generación en conectividad, seguridad y confort, son algunos de los atributos que trae incorporado el nuevo Chevrolet Blazer. Con un precio de \$us 69.900, el nuevo modelo se destaca por su motor de 3.6 litros V6, transmisión automática de nueve velocidades y un exclusivo espejo retrovisor con cámara de alta definición. También cuenta con la nueva generación Mylink, sistema de info-entretenimiento con pantalla táctil a color, de 8 pulgadas en diagonal y compatible con Apple CarPlay y Android Auto, entre otros atributos, explica Michelle Noriega, gerente de cliente & marketing. El motorizado inspirado en el icónico Camaro, sobresale por su diseño deportivo, aerodinámico y versátil, además de ser uno de los vehículos deportivo utilitario (SUV) más seguros del mundo. Adicionalmente, el Blazer cuenta con el sistema de visión 360° que se activa por debajo de los 8

km/h y está equipado con cuatro cámaras estratégicamente ubicadas, para facilitar maniobras de estacionamiento a baja velocidad; esto permite que el conductor esté alerta de los posibles peligros u objetos que se encuentran alrededor del vehículo. Imcruz realizó alianzas con diferentes entidades financieras

para las personas que quieran adquirir el vehículo. Para facilitar préstamos, recientemente, lanzamos el primer crédito bancario digital para vehículos "CRÉDITO72hrs", un nuevo servicio que permite acceder virtualmente a un préstamo bancario para adquirir un auto en tiempo récord.





# PROVEEDORES

## HOTEL MARRIOTT



Se encargó de ofrecer alimentos y bebidas a los ejecutivos presentes



Para lo que significó el evento de premiación del Ranking de Marcas 2020, realizado en instalaciones de la Universidad Privada Boliviana, el hotel Marriott estuvo presente con estación de alimentos y bebidas en la recepción que brin-

dó Bolivian Business a los invitados. El menú estuvo compuesto por canapés elaborados para la ocasión con productos sencillos y sabores bien logrados. "Bolivian Business, como medio informativo especializado en el rubro corporativo empresarial, es un referente importante a nivel nacional. Por lo tanto, la participación del Hotel Marriott es una demostración evidente que nos adherimos a iniciativas que potencien al sector corporativo en el país", manifestó Bárbara Delgado, directora of Sales & Marketing del hotel Marriott.



## CASA REAL

Asistentes pudieron degustar el auténtico sabor del tradicional Chufly

Para el importante evento del RDM 2020, Casa Real ofreció una degustación de las bebidas más representativas de su portafolio. "Ofrecimos el clásico Chufly con el Gran Singani Etiqueta Negra; Chufly del Rey (una variación del Chufly Clásico incorporando agua con gas en lugar de Ginger Ale); con Don Lucho Edición Especial y Don Lucho de Oro en las Rocas el destilado Premium de Bolivia ideal para ocasiones especiales", explicó Stephan Pelaez, brand manager de Singani Casa Real. "El ranking de marcas de Bolivian Business es una publicación muy esperada por profes-

sionales y ejecutivos del país; como Casa Real no quisimos quedar al margen del mismo", manifestó Pelaez.



## UPB



Premiación se realizó en auditorio principal

La Universidad Privada Boliviana apoyó la realización del RDM 2020 ya que está enfocada al sector empresarial. "En ese sentido, para nosotros fue una forma de apoyar y reconocer a las marcas que más destacaron durante 2020, el año de la pandemia", dijo Carlos Foronda, decano del campus Santa Cruz. Destacó que la premiación se realizó en un auditorio con capacidad para 200 personas con condiciones necesarias para realizar streaming.



## BOLIVIA BRANDING

Se encargó de fabricar los letreros y banners

Bolivia Branding, la empresa líder en la fabricación de letreros y soportes de comunicación visual, apoyó a Bolivian Business en la producción de imagen e instalación de banners para el Ranking de Marcas 2020. Remy Orgaz, founder & CEO de dicha empresa, sostuvo que se hizo trabajos como el brandeo del auditorio universitario donde se procedió a la realización del evento.



## PAOLA COIMBRA



Fue la maestra de ceremonia del evento

La presentadora de televisión y Miss Bolivia 2001, Paola Coimbra, destacó en el evento del Ranking de Marcas 2020 por su carisma como maestra de ceremonia. Reconoció el trabajo realizado por Bolivian Business para premiar a las empresas más destacadas por sus diferentes acciones durante este tiempo de emergencias sanitaria. Se trata del segundo evento que dirige, pues anteriormente estuvo a cargo del CEO Summit 2020.

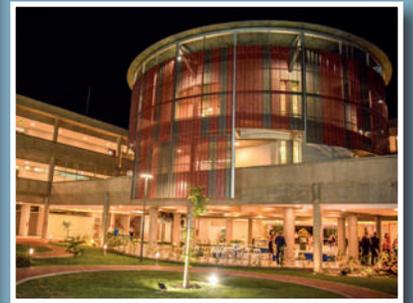
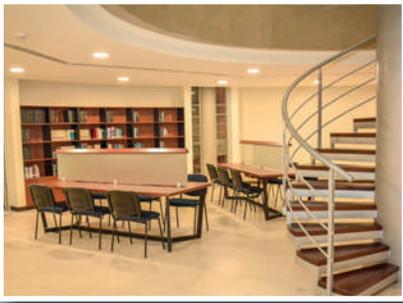


## ROSA Y GRIS

Isabel Carvajal, socia de BB, lució un vestido de gala

Rosa y Gris, con 35 años de experiencia y calidad, cuidó cada detalle del vestuario de Isabel Carvajal, socia de BB, con un vestido de gala silver nude y escote en V, destacando así la elegancia y seriedad del evento.





# UPB cuenta con aulas tecnológicas y modernas, estilo auditorio

**CAMPUS.** Tiene espacios cómodos y donde resaltan los detalles, estimulando la creatividad, el conocimiento y la cultura de los estudiantes.

8

De febrero se tiene programado el inicio de la gestión académica 2021 en la UPB.

6

De enero se tiene previsto que inicien los cursos preuniversitarios, mismos que se extenderán hasta el 3 de febrero.

Miguel A. García P.

**E**l diseño del campus de la Universidad Privada Boliviana (UPB) tiene la premisa de tener un espacio moderno, cómodo y donde resaltan los detalles, estimulando la creatividad, el conocimiento y la cultura de los estudiantes; con una jardinería que emula paisajismo local, espacios culturales y la biblioteca inspirada en un sombrero de saó, que

a d e m á s está equipada tanto con libros físicos, como también con una amplia variedad de documentos virtuales

y salas de estudio.

Carlos Foronda, decano campus Santa Cruz, indicó que las características del campus son la tecnología combinada con naturaleza, en este marco cuenta diferentes áreas: aulas, áreas de esparcimiento -tanto cerradas como aire libre (canchas y áreas verdes en general), parqueos con paneles solares, salas de estudio, salas de relajación, auditorio, oficinas, comedor, cafetería y biblioteca. “Dentro de las aulas destaca la versatilidad, ya que cuenta con aulas interactivas que mejoran la comunicación entre el docente y sus estudiantes, las aulas contemporáneas completamente equipadas, así como las aulas tecnológicas estilo auditorio, como las que se utilizan en Harvard e Incae. Adicionalmente, se tienen las aulas multimodales, las cuales fueron dise-

ñadas bajo el nuevo método de enseñanza desarrollado por la universidad, el cual se encuentra adecuado a la coyuntura actual con la pandemia”, explicó. El campus UPB cuenta con el área administrativa donde se encuentra el personal de admisiones e información, tanto para pregrado y postgrado; el bloque de aulas con los diferentes tipos de aulas mencionados anteriormente, y las áreas de esparcimiento con salas de estudio, jardines, cancha de fútbol y cafetería.

“Los espacios brindan comodidad y esparcimiento, ya que se cuenta con salas de estudio para que puedan ser usadas tanto de forma individual o grupal, salas de creatividad y relajación, así como una cafetería y estacionamientos”, complementó Foronda.

## PARA DESTACAR

- ✓ La inversión realizada para la edificación del campus de la UPB fue de \$us 9.000.000.
- ✓ Albergará hasta 1.000 estudiantes en aulas interactivas, que mejorarán la comunicación entre docentes y estudiantes.
- ✓ En Santa Cruz, la UPB ofrece cinco carreras que son: Administración de Empresas, Marketing y Logística, Ingeniería Financiera, Ingeniería Comercial e Ingeniería de Sistemas Computacionales.
- ✓ El 30% de los docentes de la UPB tiene grado doctoral, el 60% maestría, además de que el 60% se trata de docentes de planta seleccionados rigurosamente y capacitados constantemente.
- ✓ La Universidad Privada Boliviana nació hace 28 años en Cochabamba y hace 25 comenzó a operar en La Paz.

## CARLOS FORONDA, DECANO CAMPUS SANTA CRUZ:

“El reto más grande que asumí fue iniciar el campus Santa Cruz”

**C**arlos Foronda, decano campus Santa Cruz, trabaja en la Universidad Privada Boliviana (UPB) desde el año 2006. Considera que el reto más grande que asumió en estos últimos años “fue iniciar el campus Santa Cruz de la UPB. A pesar de las adversidades y gracias al apoyo del empresariado nacional y cruceño en particular estamos con buenas perspectivas de crecimiento y desarrollo”.

Sostuvo que otro de los mayores logros en últimos cinco años fue consolidar el Centro de Investigaciones Económicas y Empresariales (CIEE) en la UPB, con la realización de proyectos de investigación en energía,

transporte, agua, educación, empleo, salud y todos los relacionados a la protección social. “Estos proyectos normalmente fueron financiados por el Estado o con fondos del BID, el Banco Mundial, Naciones Unidas, el Tecnológico de Costa Rica, por citar algunas”, manifestó. Es candidato a Doctor en Economía en la UPB, estudió una maestría en Macroeconomía en La Sorbonne en París (Francia) y licenciatura en Economía en la UPB. Trabajó en la UPB, donde desarrolló y dirigió el Centro de Generación de Información y Estadísticas (CEGIE) y dirigió el Centro de Investigaciones Económicas y Empresariales (CIEE).

# Hotel Marriott

## Aplica más de 200 medidas de bioseguridad

**PROTOCOLO.** Los nuevos estándares y normas se establecieron con el fin de minimizar el riesgo de contagio y brindar seguridad a los huéspedes.

Miguel Ángel García P.

**E**l Consejo de Limpieza Global de Marriott aprobó más de 200 medidas para enfrentar la crisis sanitaria por el Covid-19. El hotel de Santa Cruz de la Sierra volvió gradualmente a la normalidad con espacios más seguros tanto para huéspedes como para asociados. Las mismas van desde avances tecnológicos, rociadores electrostáticos, filtros HEPA hasta rigurosos procesos de desinfección de habitaciones y salas, los cuales ya se aplican en los más de 130 hoteles que posee esta cadena en diferentes países.

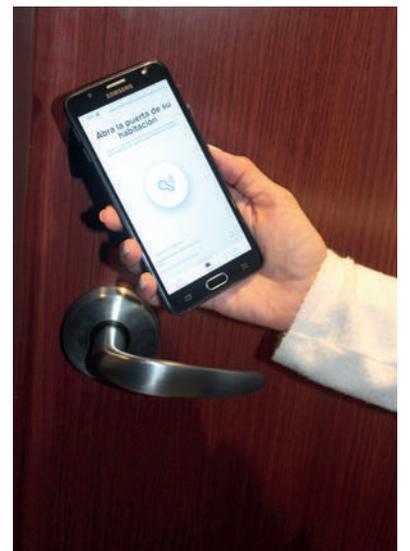
“Durante varios meses hemos trabajado con mucha responsabilidad, tomando los entrenamientos necesarios para aplicar el protocolo que nos permita adecuarnos a la nueva normalidad, reforzando herramientas tecnológicas para evitar el mayor contacto físico sin perder la conexión”, manifestó Gustavo Lovera, general manager at Marriott Santa Cruz. Explicó que el Consejo de Limpieza Global se enfocó en desarrollar estándares, normas y comportamientos de limpieza de hospitalidad global diseñados para minimizar el riesgo y mejorar la seguridad tanto para los consumidores como para los asociados de Marriott.

Destacan las tecnologías mejoradas, incluidos pulverizadores electrostáticos con desinfectantes hospitalarios para fumigar superficies en todo el hotel. “La tecnología de pulverización electrostática utiliza la clasificación más alta de desinfectantes. Se percibe en el hotel un refuerzo adicional en el régimen de limpieza, diseñado especialmente para establecer unos estándares de limpieza aún mayores en cada área”, explicó Lovera.

En los espacios públicos, la compañía reforzó sus ya rigurosos protocolos de limpieza, con el requerimiento de que todas las superficies se limpien a fondo con desinfectantes hospitalarios y que esta limpieza se realice con una mayor frecuencia. Se agregó particiones en la recepción para proporcionar un ni-



\* El nuevo protocolo de interacción con huéspedes se desarrolló a través del consejo y asesoramiento científico de expertos, que estableció los nuevos y rigurosos estándares de limpieza en el hotel Marriott.



\* Cuenta con herramientas tecnológicas que permiten realizar check in desde el dispositivo móvil, así como también puede utilizarlo como llave para acceder a la habitación, gimnasio o marcar elevadores minimizando contacto sin perder la conexión.

### OPINIÓN



“**Marriott Santa Cruz continúa y continuará trabajando para hacer sentir a nuestros huéspedes seguros de que el hotel brindará las condiciones óptimas para evitar contagios”.**

Gustavo Lovera  
GENERAL MANAGER AT MARRIOTT  
SANTA CRUZ



“**Tomamos muy en serio la seguridad de nuestro personal y huéspedes. Son tiempos que requieren, hoy más que nunca, consistencia en aplicación de protocolos y cuidados para minimizar contagios”.**

Bárbara Delgado  
DIRECTORA OF SALES & MARKETING

vel adicional de precaución para los huéspedes y asociados con máscaras y guantes. Además, se instaló estaciones de desinfección de manos en la entrada del hotel, elevadores, gimnasios y espacios de reuniones. Lo más novedoso viene a ser que se cuenta con herramientas tecnológicas que permiten realizar check in desde el dispositivo móvil, así como también se puede

utilizarlo como llave para acceder a la habitación, gimnasio o marcar elevadores, minimizando contacto sin perder la conexión. “En esas 200 medidas hay muchas cosas que incluso ni los huéspedes ven, que tienen que ver, por ejemplo, cómo nosotros manipulamos los alimentos o cómo nosotros nos comportamos dentro del hotel, entre los asociados y demás”, precisó Lovera.

### CIFRAS

3

Años se cumplen desde que se inauguró el primer hotel de la cadena en Santa Cruz de la Sierra, en diciembre de 2017.

45

Millones de dólares es la inversión aproximada que significó la construcción del hotel en la urbe cruceña.

### OTRAS MEDIDAS

✓ En las habitaciones, la compañía también ha reforzado sus rigurosos protocolos de limpieza con el requerimiento de que la misma se realice a fondo y con desinfectantes hospitalarios en todas las superficies.  
✓ Adicionalmente, Marriott cuenta con filtros HEPA, filtros de aire de alta eficiencia con capacidad de filtrado de pequeñas partículas muy superior a un filtro convencional. Actualmente, este tipo de filtro, además de ser usado en aviones, se utiliza en quirófanos

con la finalidad de atrapar partículas muy pequeñas e incluso virus y bacterias.  
✓ En el hotel se utiliza señaléticas concretas en espacios públicos para recordar a los huéspedes que deben mantener los protocolos de distancia social y uso obligatorio de barbijo.  
✓ En los restaurantes de la cadena de hoteles se eliminaron las opciones de buffet y se remplazaron por estaciones asistidas, aplicando desinfección de utensilios cada 20 minutos.

# Fuego Latam

## Entre las más premiadas en el FePI

**EMPRESA.** Obtuvo 1 estatuilla de oro, 4 de plata y 1 de bronce en un total de 6 categorías. Tienen como objetivo conectar a las marcas con la gente.

Diego A. Salazar

Llevaron cinco años en el mercado boliviano. Su trabajo creativo e innovación llevaron a Fuego Latam (agencia con oficinas en Argentina, Bolivia y Colombia) a ubicarse entre las tres primeras agencias más premiadas en la reciente edición del Festival Internacional de la Publicidad Independiente (FePI), con una estatuilla de oro, cuatro de plata y una de bronce por sus campañas “Team María Bonita” y “Combina con todo” (ambas para La Suprema, de Molino Andino). Además, conquistó el único galardón dorado de la categoría especial Covid-19.

El Founder & Chief Creative Officer, Ignacio Franchini, se destacó como el segundo mejor director creativo del certamen que contó con más de 30 agencias de la región iberoamericana.

El FePI registró la participación de agencias independientes provenientes de países como: Argentina, Bolivia, Colombia, Perú, Brasil, República Dominicana, México, Costa Rica, España, Portugal, entre otros. “Esto significa una ratificación del buen talento que tiene la industria publicitaria de Bolivia y del destacable trabajo que venimos haciendo a nivel local. Todo el esfuerzo



• Ejecutivos de Fuego Latam; Ramiro González, Ignacio Franchini.

empieza a dar sus frutos. Quienes formamos Fuego, en especial mi persona como DGC, somos parte del mercado boliviano desde hace muchos años”, expresó Franchini.

De acuerdo al ejecutivo, Fuego Latam es un laboratorio de ideas que busca cumplir los objetivos de las marcas. De esta manera le prestan atención a la investigación y tendencia pero, por sobre todo, es una agencia creativa que pone el foco en lo que dice la calle. “Buscamos ayudar a nuestros clientes a relacionarse y conectar con la gente, con el con-

sumidor”, explica. Independientemente del medio, la empresa puede presentar desde un spot tradicional para Tv hasta una campaña con un hub de gamers que hoy son parte de su plantel de representados. Así como desarrollar una aplicación fintech para la inclusión financiera y un uso innovador de los formatos de rodaje. Esto, al momento de pensar ideas para resolver problemas de sus clientes, es fundamental.

“Hace 5 años llegamos al país y encontramos grandes amigos, colegas y clientes que forman una industria muy sana de la cual somos parte. Los premios recibidos por Fuego suponen el logro de todos los que estamos trabajando por desarrollar mejores ideas, salir del cliché y dialogar con el público de cada marca”, concluye Franchini.

### PARA DESTACAR

- ✓ Los premios recibidos por Fuego suponen un logro de todos los que están trabajando por desarrollar mejores ideas, salir del cliché y dialogar con el público de cada marca.
- ✓ En 2016, Ignacio Franchini lanzó el primer comercial filmado con celulares en Bolivia y Latinoamérica para Maltín y, este año, su campaña con gamers fue otro ejemplo de innovación que tuvo grandes resultados recibiendo reconocimientos tanto a nivel local como internacional.
- ✓ Desde hace años, empezaron a trabajar en el mercado y a relacionarse con proveedores, colegas y celebrities. Esto les permitió generar una relación muy fuerte y consolidada con toda la industria.
- ✓ Del certamen participaron más de 70 agencias iberoamericanas. Los premios logrados por Fuego fueron: Oro con “Team María Bonita” en la categoría especial Covid-19. Plata con “Team María Bonita” en la categoría Comunicación Eficiente. Plata con “Team María Bonita” en la categoría Relaciones Públicas. Plata con “Team María Bonita” en la categoría Digital. Plata con “Team María Bonita” en la categoría Influencer Marketing. Bronce con “Combina con todo (Cumbia)”, en la categoría Radio y Producción de sonido.



# CEO Summit 2020

## primer evento de capacitación gratuita de la alta gerencia

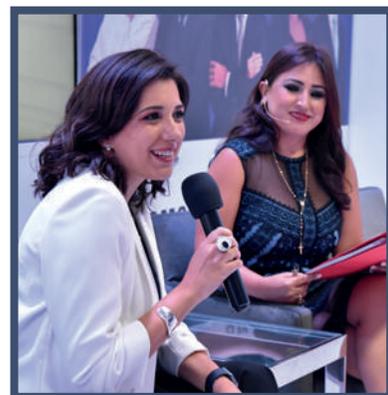
**VIRTUAL.** Bolivian Business y Samsung reunieron a los máximos ejecutivos de cinco empresas destacadas en su rubro para hablar sobre sus estrategias y principales destrezas.

**E**l CEO Summit 2020, organizado por Bolivian Business y Samsung, reunió por primera vez en Bolivia a cinco ejecutivos de primer nivel, de diferentes industrias del eje central, en un evento virtual realizado en los estudios de Boomerang Stream. El mismo fue transmitido por las redes sociales de las mencionadas empresas. Más de 1.000 personas disfrutaron la transmisión, por casi cuatro horas, escuchando los consejos y experiencias de estos brillantes directivos.

Laura Perdomo (Kimberly-Clark), Marcelo Trigo (Banco de Crédito de Bolivia), Fernando Ciarrocca (Unilever), María Renée Centellas (Laboratorios Bagó) y Ariel Valverde (Yaigo) fueron parte del evento que marcó un hito en la capacitación y reflexión de la alta gerencia, tomando en cuenta que nunca antes ningún medio de comunicación ni entidad pública o privada había reunido CEO's para hablar sobre sus estrategias y enseñar, de manera gratuita, sus

principales destrezas. Cada uno de estos ejecutivos fue entrevistado de manera individual, en un promedio de media hora, por los socios de Bolivian Business: Isabel Carvajal, directora comercial nacional; y Jaime Calderón, director ejecutivo. A su turno, cada uno de ellos habló sobre las fortalezas en su rubro. Centellas se enfocó en el tema de "Mujeres en alta gerencia", Valverde hizo lo propio respecto a "Tecnología y transformación digital", Ciarrocca explicó acerca de "Liderazgo de equipos de alto rendimiento", Perdomo sobre "Shopper Marketing" y, finalmente, Trigo abundó sobre la "Construcción de Relaciones Personales de largo plazo". Entre los cinco CEO's superan los 100 años de exitosa experiencia gerencial. Por su parte, Carvajal y Calderón, socios del semanario, destacaron los 17 años de trayectoria de la empresa, así como las 800 ediciones impresas que se alcanzaron con la publicación del Who is Who 2020, la guía de talento gerencial más importante del país, que alcanzó su sexta versión.

Asimismo, destacaron que para Bolivian Business fue un honor presentar esta capacitación gratuita, sobre todo en esta nueva etapa de Gobierno, donde además se requiere de contenido valioso para estar preparados y superar los efectos de la pandemia.



### Interacciones en redes sociales

- Nadia Eid Melgar** · 1:55:52  
Como ya es costumbre en Bolivian Business un evento de altísimo nivel! Felicidades Jaime e Isa!!  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Saul Ortiz** · 1:22:26  
felicidades por la iniciativa. Un gran Abrazo queridos Jaime Calderón Calvo e Isabel Carvajal.  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Pablo Bedoya** · 45:08  
Muchas felicidades Bolivian Business muy importante evento  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Gaby Lourdes Negrete Landívar** · 1:28:20  
Como siempre excelente nivel. Felicidades Bolivian Business, felicidades Isabel y Jaime.  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Cynthia Aramayo** · 1:36:30  
Felicidades Bolivian Business  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Mario Herrera Sanchez** · 1:28:44  
Estimados Isabel y Jaime muy buena iniciativa, saludos. Éxito Bolivian Business.  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Ivan Dorado** · 1:48:57  
Felicidades ....Excelente iniciativa, excelente charla!!  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Miguel Barba Moscoso** · 1:22:12  
Gran iniciativa amigos... felicidades!  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Patricia Dalence** · 1:57:25  
Felicidades Bolivia Business un evento de lujo, de primer nivel como los caracteriza 🍷🍷  
Me gusta · Responder · 5 sem
- Anita Espinosa** · 2:36:06  
Felicidades Bolivian Business ! Evento de primer nivel.  
Me gusta · Responder · 5 sem





## Samsung presentó el Galaxy Z Fold2, que ya se encuentra disponible

El evento CEO Summit Bolivian Business-Samsung fue la ocasión perfecta para que la compañía surcoreana presentara al mercado boliviano la edición limitada de su tercer smartphone plegable Samsung Galaxy Z Fold2. “Se trata de un exclusivo teléfono inteligente, con una pantalla comparable a la de una Tablet y funciones que ayudan a incrementar la productividad de aquellos empresarios, emprendedores y profesionales multitareas”, manifestó Jorge Vargas, gerente de negocio e inteligencia de mercado de Samsung Bolivia.

El evento, en el que también se presentó el Power Phone Z Fold2 y el televisor Frame, contó con la presencia de Mauricio Choi, presidente para Bolivia de Samsung. Las características que destacan al

Samsung Galaxy Z Fold2 son sus dos pantallas para una visualización más inmersiva. Su pantalla externa es de 6,2 pulgadas, cómoda para revisar correos, acceder a aplicaciones, sin necesidad de abrir el dispositivo. Cuando está desplegada, la pantalla principal, cinematográfica de 7,6 pulgadas, tiene una frecuencia de actualización adaptativa de 120 Hz para una mayor fluidez y rapidez de respuesta.

Otro atributo del smartphone es que permite abrir varios archivos, uno al lado del otro, e incluso personalizar la disposición de sus pantallas, con la función avanzada “Ventana Multiactiva (Multi-Active Window)”. También se puede ingresar a múltiples aplicaciones al mismo tiempo, usando el “App Pair y el Pannel de Borde (Edge Panel)”, a través de la “Bandeja de



Ventanas Múltiples (Multi-Window Tray)”. Las aplicaciones usadas en computadora también pueden ser integradas a este dispositivo, debido a que tiene interfaces de apps similares a las de una PC. Samsung

también destaca su alianza sólida con Google, como un importante aliado, cuya tecnología combinada con el hardware avanzado del Galaxy Z Fold2 contribuye a maximizar la productividad de los usuarios.

también destaca su alianza sólida con Google, como un importante aliado, cuya tecnología combinada con el hardware avanzado del Galaxy Z Fold2 contribuye a maximizar la productividad de los usuarios.

# PROVEEDORES

## Boomerang Stream dispuso de toda su logística para una gran transmisión

El CEO Summit 2020 se realizó en los estudios de Boomerang Stream. Para este propósito, la firma acondicionó el lugar ofreciendo todas las comodidades de un evento de tal envergadura, además de la filmación, edición y transmisión del mismo por las redes sociales de Bolivian Business y de Samsung. Con un total de ocho cámaras, luz y audio impecable, la filmación no tuvo nada que envidiar a los mejores canales de televisión nacionales.

Jorge Sierra, gerente general de Boomerang Stream, indicó que así como el CEO Summit 2020 los eventos más importantes del país son transmitidos por Boomerang Stream, en vivo y directo. “Estamos preparados para cu-

brir cualquier tipo de evento y transmitirlo a todas las redes. Contamos con los mejores equipos y los mejores profesionales, gracias a eso garantizamos la mejor transmisión, el mejor set streaming del país”, manifestó.

Además, destacó que el set está equipado con Chroma Key, televisor ultra HD de 75 pulgadas y más de 40 luces instaladas.

“Nuestro estudio es adaptable para los distintos tipos de contenidos: lanzamientos de productos o servicios, podcasts, programas stream, conferencias, webinars académicos, conciertos, entre otros”, precisó Sierra.

El estudio está ubicado en Calle 21 de Mayo, Nro. 161. Para mayores informes, comunicarse al número de teléfono 70932280.



**Boomerang**  
[POWERED BY CABRILA FILMS]



**BB**

## Bolivia Branding montó el escenario y produjo plaquetas de reconocimiento

Como ha venido sucediendo en el último tiempo con los eventos que Bolivian Business realiza, Bolivia Branding se encargó de la provisión de servicios, entre ellos el montaje del escenario, un reto no menor por las características de lo que significó el CEO Summit 2020, obteniendo un gran resultado. Asimismo, produjo las plaquetas de reconocimiento que fueron entregados a los CEO's presentes: Marcelo Trigo (BCP), Ariel Valverde (Yaigo), Laura Perdomo (Kimberly-Clark), María René Centellas (Bagó) y Fernando Ciarrocca (Unilever Bolivia).

Remy Orgaz, founder & CEO de la empresa, destacó la confianza de Bolivian Business

para lucir la marca en los diferentes eventos con trabajo y creatividad a la altura de los mismos.

Bolivia Branding, con central en Cochabamba y talleres también en la ciudad de Santa Cruz, tiene operaciones en todo el territorio nacional, garantizando un trabajo puntual y detallista.

Es la primera empresa industrial de producción automatizada de letreros y soportes de imagen de marcas en Bolivia.

La empresa se encarga de la provisión de servicios en los principales eventos presenciales que realiza Bolivian Business, tales como el Ranking de Marcas, The Big Ones, Business Queens y BBThinkers.

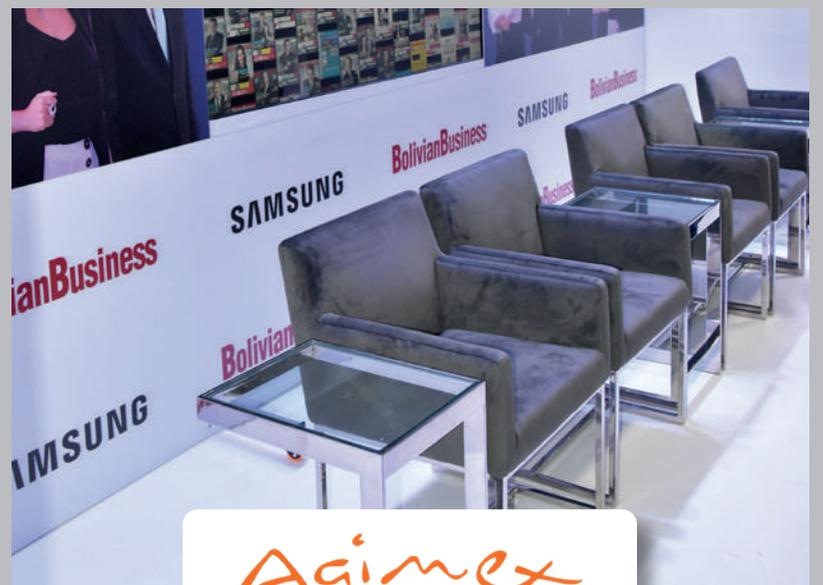
## Agimex brindó comodidad a los ejecutivos con mobiliario de lujo

Agimex asumió el desafío de poner cómodos a los invitados para la realización del CEO Summit 2020. Se encargó de equipar el ambiente con sillones ejecutivos para el escenario principal, así como sillones con mesas para la sección del networking, todos de su línea corporativa Agimex Contract. La elección del mobiliario generó un feedback positivo por parte de todos los asistentes, tanto por su elegancia como por su comodidad.

Álvaro Gonzales, director del Grupo Agimex, sostuvo que el objetivo que tienen como empresa es poder brindar a sus clientes una variedad de productos de la más alta calidad en cuanto a mobiliario y accesorios decorativos

para el hogar y la oficina.

“Ofrecemos un servicio personalizado y asesoramiento en decoración, diseños de espacios en 2D y 3D, entrega inmediata y gratuita, con el objetivo de ayudar a los clientes a crear espacios cálidos, confortables y con mucho diseño. A lo largo de estos 30 años, Agimex se ha caracterizado por mantenerse a la vanguardia en cuanto a tendencias, innovación y novedades, anticipándonos a los requerimientos del mercado, lo que nos ha dado el liderazgo en nuestro segmento, en nuestra trayectoria y crecimiento, hemos implementado la división de Agimex Contract, que está dirigida al segmento corporativo y comercial”, manifestó el ejecutivo.



**Agimex**  
Muebles y Decoración



## ISG ofreció Lagarde, espumante con el que se hizo el brindis final

La importadora ISG, por medio de su marca Concepto Placer, se lució ofreciendo el espumante Lagarde, con el que se realizó el brindis final. Jorge Rubin de Celis, gerente general de ISG, sostuvo que son una franquicia internacional y que operan en la ciudad de La Paz, así como en Lima (Perú) ofreciendo vinos y productos de alta gama a la mejor relación precio-calidad del mercado. A su vez, Concepto Placer es el brazo operativo del grupo Romovi, con operaciones en Perú, Argentina y Bolivia. “Nuestro vasto portafolio abarca dife-

rentes bodegas y marcas de vinos, además de propuestas de licores, puros de desarrollo propio y más productos que tratan de dar una solución de primer nivel a todas las personas comprometidas con el hábito de consumir lo mejor”, manifestó. De su lado, Bolivian Business regaló a los CEO's una caja con una botella de vino de la famosa y reconocida marca Alma Negra, en una edición especial de un blend producido solo para ocasiones especiales, junto con una copa francesa de cristal, de la marca Chef & Sommelier, adquiridas en Concepto Placer.

## El evento contó con un menú especial para los asistentes

La degustación de alimentos estuvo a cargo de Factory Grill. Al inicio del evento, el chef ejecutivo Gino Balcázar, a tiempo de agradecer la confianza depositada por parte de Bolivian Business, detalló lo que significó el menú para la jornada, que se trató de una entrada, así como un plato fuerte que consistió en un filete de res grillado y bañando en salsa blue cheese, acompañado de una pequeña ensalada mexicana, siendo todo del agrado de los ejecutivos que fueron invitados al CEO Summit 2020.

Factory Grill ofrece se constituye en la cadena de restaurantes más importante de Bolivia, ofreciendo una amplia variedad de productos de primer nivel. Asimismo, cuenta con personal altamente calificado para atender eventos de altura, tal y como fue el CEO Summit 2020 realizado por Bolivian Business y Samsung. Cumpliendo con estrictas medidas de bioseguridad, velando por la salud y bienestar de los ejecutivos presentes, el personal desplegado por Factory los atendió con fina atención.



# Factory: solo pedidos para llevar y delivery en sucursal del norte

Está en el 7mo anillo, a pocas cuadras de la Av. Cristo Redentor. Ofrece el 100% de sus productos.

### CIFRAS

**70**

Productos aproximadamente son los que ofrece Factory en su sucursal del 7mo anillo, próximo a la Av. Cristo Redentor.

Factory Grill & Bar abrió una nueva sucursal en la urbe cruceña. El local, en principio, solo atiende pedidos para llevar y delivery. “Es muy completa y ofrece el 100% de los productos disponibles en nuestro menú Xpress a nivel nacional”, manifestó Sergio Arenas, presidente de directorio. Destacó que Santa Cruz es la locomotora de la economía nacional y que si una empresa busca incrementar su “market share”, es natural que lo haga invirtiendo en este departamento. “En el caso específico de la nueva sucursal en el 7mo anillo de la zona norte, es parte de la implementación de nuestro Plan de Inversiones 2020/21 en base a una nueva Estrategia de Desarrollo que nos lleva a la apertura

de sucursales en todos los puntos estratégicos de las principales ciudades de Bolivia, instalándonos donde nuestros clientes viven o realizan sus actividades masivamente, fortaleciendo nuestro sistema de delivery y accesibilidad actual, apoyado por un ambicioso programa de franquicias, en el corto plazo”, precisó Arenas. Aclaró que, inicialmente, esta nueva sucursal está atendiendo solo delivery y take-out vía PedidosYa o la aplicación web [www.factorybolivia.com](http://www.factorybolivia.com), en horarios de lunes a viernes de 17:00 a 22:30, mientras que sábados y domingos de 11:30 a 22:30.



\* Para llegar a todos sus clientes, en caso de estar fuera de la cobertura de PedidosYa, Factory atiende por medio de su página web [www.factorybolivia.com](http://www.factorybolivia.com).



• Ejecutivos de Imcruz, Diego Aponte, María Inés Carrasco, Nelson Cabrera.



• Jaime Calderón, Claudia Callaú, Isabel Carvajal, junto a Ramiro Argandoña



• Ejecutivos del Hotel Marriott, Bárbara Delgado, junto a Gustavo Lovera.



• Jaime Calderón, Regina Rozenman, Isabel Carvajal y Tito Benavides.

# RDM 2020 Reconoció a las 25 marcas más poderosas del país



• Isabel Carvajal y Jaime Calderón socios de Bolivian Business fueron los encargados de entregar los reconocimientos a las 25 empresas ganadoras.



• Carlos Foronda, Decano Campus Santa Cruz UPB, junto a su equipo de trabajo.

El auditorio de la Universidad Privada Boliviana en Santa Cruz (UPB), fue el lugar elegido para desarrollar la decimoquinta versión del Ranking de Marcas, evento organizado por Bolivian Business que a través de un estudio reconoce a las marcas que más se destacan a lo largo del año.

Al evento asistieron los principales ejecutivos de las 25 empresas galardonadas, quienes antes del evento disfrutaron de un espacio de networking con rigurosas medidas de bioseguridad. Durante la premiación, se presentaron dos exposiciones que estuvo a cargo de Regina Rozenman y Tito Benavides expertos en marketing.

El acto estuvo dirigido por Paola Coimbra, ex reina de belleza y presentadora de televisión. Asimismo, la actividad fue transmitida, por primera vez, por streaming en las redes sociales del medio de comunicación en cooperación con Boomerang Stream, empresa pionera en transmisiones al vivo para redes sociales.



• Álvaro Gonzales, Alison Roca, Beatriz Baldivieso, junto a Mauricio Sánchez



## HABLA CON UN DOCTOR

— EN LÍNEA SOBRE TUS SÍNTOMAS —

**alianza**  
 TELEMEDICINA

Hoy somos en Bolivia

**VMLY&R  
COMMERCE**



Combinamos fuerzas y somos parte de la empresa de comercio creativo global, más completa del mundo.



**25 AÑOS pensando y creando en grande.**

ALINEADOS CON

groupm | WPP

SOMOS PARTNERS DE

Google | facebook | VTEX

VTEX (plataforma e-commerce más grande de Latam)

+ 70

Talentos que conforman un equipo multidisciplinario.

+ 15 PREMIOS

En el último año en creatividad, innovación y medios.

LÍDERES DEL MERCADO

Con más del 40% de inversión del share total de medios, en el país.

Calle Choferes del Chaco # 353 · Tel: +591-3-3585353 · [www.consorciopublicitario.com](http://www.consorciopublicitario.com)  
Santa Cruz - Bolivia

# Te presentamos los **BNB PUNTOS**

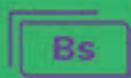
de tu Tarjeta de Crédito



Por cada dólar de consumo, acumulas puntos que podrás canjear por:



Dinero para  
pagar servicios



Dinero  
en efectivo



Muebles y  
electrodomésticos



Pasajes aéreos



Y mucho más

Desde  
**1872**

**BNB**

Banco  
Nacional  
de Bolivia