

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Postulación al Plan Excepcional de Titulación para Antiguos Estudiantes No  
Graduados (PETAENG)**

**MEMORIA PROFESIONAL**

“Elaboración de la memoria institucional de Insumos Bolivia”

**POSTULANTE:** Eleuteria Jacqueline Saavedra Aliaga

**TUTORA:** Lic. Roxana Pozo L.

**La Paz – Bolivia**

**2015**

# **Elaboración de la memoria institucional de Insumos Bolivia**

RESUMEN

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL

TRABAJO ACTUAL

## **CAPÍTULO I**

1. INTRODUCCIÓN

2. JUSTIFICACIÓN

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## **CAPÍTULO II**

4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

4.1 OBJETIVO GENERAL.-

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

5. DELIMITACIÓN DEL TEMA DE ESTUDIO.-

5.1 TEMPORAL.-

5.2 ESPACIAL.-

## **CAPÍTULO III**

MARCO METODOLÓGICO

6.1 METODOLOGÍA

6.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

6.2.1 ENTREVISTA

6.2.2 ENCUESTAS

6.3 DISEÑO

## 6.4 SELECCIÓN DE MUESTRAS

### **CAPÍTULO IV**

#### MARCO DE DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN

##### 7.1 HISTORIA DE INSUMOS BOLIVIA

##### 7.2 SITUACIÓN ACTUAL

##### 7.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

##### 7.2.2 UBICACIÓN

##### 7.2.3 VISIÓN

##### 7.2.4 MISIÓN

##### 7.2.5 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

##### 7.3. MODELO COMUNICACIONAL

##### 7.4. DIAGNÓSTICO

### **CAPÍTULO V**

#### MARCO TEÓRICO

##### 8.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

##### 8.2. ¿QUÉ ES LA INFORMACIÓN?

##### 8.3. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL?

##### 8.4. ¿QUÉ SON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN?

##### 8.5. ¿QUÉ ES LA NOTA INFORMATIVA?

##### 8.6. ¿QUÉ ES EL REPORTAJE?

##### 8.7. ¿QUÉ ES LA MEMORIA INSTITUCIONAL?

##### 9. BIBLIOGRAFÍA

##### 10. MEMORIA INSTITUCIONAL DE INSUMOS BOLIVIA

# **Elaboración de la memoria institucional de Insumos Bolivia**

## **RESUMEN**

Insumos Bolivia es una institución del Estado Plurinacional de Bolivia que provee de insumos al sector productivo, articula a los exportadores, coadyuva a la seguridad alimentaria, exporta productos con valor agregado y además lleva adelante emprendimientos productivos bajo el nuevo modelo económico, contribuyendo al progreso local con la capacitación de mano de obra, la creación de empleo y el desarrollo de productos con calidad de exportación, que permiten generar recursos para el Estado.

Durante la gestión 2014, la institución ejecutó ocho programas orientados hacia el apoyo de diferentes áreas económicas estratégicas, alcanzando las metas programadas para la gestión, los cuales son:

- a) **Programa Exportaciones:** Apoyo a los empresarios-industriales del país, con la articulación de la oferta exportadora y la venta de los productos al mercado externo.
- b) **Programa Cemento:** Distribución de un producto de calidad a precio y peso justo para fortalecer el sector de la construcción.
- c) **Programa Azúcar:** Coadyuva a la seguridad alimentaria con la provisión de un producto básico en la canasta de la familia boliviana.
- d) **Programa Fertilizantes:** Potencia las condiciones de producción de los pequeños agricultores que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria, con la distribución de fertilizante.

e) **Programa Planta Procesadoras de Palmito:** Mejora las condiciones de vida de los palmicultores a través de un pago justo por su producción.

f) **Programa Planta de Confección Textil Riberalta:** Capacita mujeres en la confección de textiles con calidad de exportación.

g) **Programa de Fortalecimiento al sector Productivo:** Potencia a los productores de arroz del norte de La Paz, con la instalación de dos beneficiadoras.

h) **Programa de Comercialización de Motocicletas:** Optimización de las herramientas de trabajo de mototaxistas.

Para finalizar las actividades de la gestión 2014, la Unidad de Comunicación proyectó la elaboración de una Memoria Institucional que refleje los resultados alcanzados y que contenga entrevistas que presenten la mirada de quienes se favorecen con los programas de la institución, además de encuestas que midan el grado de satisfacción al cliente.

El trabajo está a cargo de Jacqueline Saavedra, Asesora en Comunicación de la institución.

## **DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL**

Desde 1999, comenzó mi incursión en el trabajo en comunicación, cuando ingresé como parte del staff del periódico Extra, cuya dirección estaba a cargo del reconocido periodista Jaime Iturri, medio que introdujo una nueva forma de hacer periodismo en el país.

Comencé como Secretaria de Redacción, pero al mismo tiempo escribía columnas y editaba el suplemento dirigido a las mujeres. En 2001, pasé al equipo de

redacción iniciándome como Editora del área de deportes, teniendo bajo mi responsabilidad la elaboración de una página diaria y un suplemento semanal. Era mi obligación además, redactar artículos informativos sobre los partidos.

En 2002, pasé a ocupar el cargo de Editora Local, que implicaba la edición y coordinación de la agenda del equipo de trabajo de la ciudad de La Paz y El Alto, redacción de columnas y materiales especiales.

En 2004, con el cambio de dirección, llegaron cambios en la Redacción. Pasé a ocupar el cargo de Editora del Interior, que implicaba coordinar la agenda de los periodistas de Cochabamba y Santa Cruz, además de ocasionales corresponsales en Oruro, Tarija y Chuquisaca.

En 2005, dejé el periódico y fui contratada por la Dirección de Comunicación Social, dependiente del Ministerio de la Presidencia, como Responsable de la Unidad de Monitoreo.

Esta unidad tenía a su cargo 14 personas, divididas en dos turnos que recuperaban la información que era difundida por los medios de comunicación, sean prensa, radio, televisión o páginas web.

Cuando ingresé, el primer boletín (elaborado en base a la información de los periódicos) era entregado a las 11.00 y el de los noticieros de la mañana a las 13.00. La información para esa hora había perdido su valor, por consiguiente realicé ajustes en los horarios, distribución del trabajo y responsabilidades.

Con la llegada del Gobierno Nacional de Evo Morales nuevamente realicé ajustes para estar a la altura de su ritmo de trabajo. El primer boletín se entregaba a las 06.00 en Palacio de Gobierno y a partir de las 08.00, era enviado un boletín cada hora con la información más relevante.

Además, implementé clases de redacción entre quienes trabajan conmigo, toda vez que de los 14, sólo un 50% había estudiado o era egresado en comunicación, el resto eran secretarías, administradores o habían estudiado otra carrera.

Con orgullo puedo decir que las bases cimentadas en el grupo se sostienen hasta hoy y a pesar de que la Dirección Nacional de Comunicación se convirtió en Ministerio de Comunicación, esta Unidad sigue vigente, con el personal que fue capacitado y sólo se realizaron algunas variaciones mínimas. Asimismo, desarrollé un proyecto para agilizar aún más el acceso a la información, pero lastimosamente el mismo no pudo ser implementado, entre otras razones porque recibí una nueva oferta de trabajo.

La determinación de aceptar un nuevo trabajo respondió al desafío de hacer algo diferente también en comunicación. Fui contratada como Responsable de Comunicación en la Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos, desde 2007 hasta 2010.

Era la primera vez que el Estado tenía una empresa que se encargaba de participar en toda la cadena productiva de cuatro alimentos básicos en la alimentación de las bolivianas y los bolivianos. De entrada, enfrenté procesos como la comercialización de carne a Precio Justo.

En esta empresa ejecuté campañas para la comercialización de arroz, harina y las tiendas a precio justo. Fue intensa en cuanto a publicidad y difusión y relacionamiento con los medios de comunicación. Asimismo, desarrollé la imagen de los productos de la empresa.

En 2010, fui contratada por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural como Jefe de la Unidad de Comunicación, con cuatro personas a mi cargo. En esta entidad me tocó enfrentar la escasez de azúcar, por consiguiente llevar

adelante campañas de información para acompañar la estrategia de comercialización.

Esta misma gestión apoyé con la conformación de otra unidad de monitoreo, esta vez para el Ministerio de la Presidencia. La misma, a diferencia de la del Ministerio de Comunicación, tenía la característica de ser más oportuna, toda vez que el monitoreo era un resumen sucinto y elaborado por profesionales en comunicación, con quienes se priorizaba la información y se determinaba el mensaje que se estaba transmitiendo.

La diferencia entre ambas unidades, está en que mientras la primera presenta un informe completo que sirve a todo el Poder Ejecutivo, la segunda es más especializada para buscar respuesta inmediata.

Desde mediados de 2011, fui enviada en comisión para apoyar al Servicio de Desarrollo de las Empresas Públicas Productivas, donde pude aventurarme una vez más en la proyección de empresas estatales, toda vez que esta institución se constituye en una incubadora para estos emprendimientos del Estado, que estaban con perfil bajo. Comenzamos a mostrar los logros de las mismas y por mi trabajo me contrataron a mediados de 2012.

Pese a ser reclutada para el área de comunicación, pasé a ser Gerente de Comercialización a los pocos meses, lo que se constituyó en un nuevo desafío, pues se trataba de seis empresas diferentes, con necesidades igualmente distintas.

## **TRABAJO ACTUAL.-**

Mi trabajo en Insumos Bolivia está enmarcado en el Manual Operativo de Funciones, pero anualmente se elabora un Programa Operativo Anual Individual,

donde a partir del mencionado manual, se determinan las tareas que serán ejecutadas en la gestión.

- Formular, dirigir y coordinar políticas y estrategias de comunicación e información de para los diferentes programas de Insumos Bolivia.
- Dar apoyo informativo al Director General Ejecutivo y Gerentes de Área a través de la recolección, redacción y transmisión de información.
- Difundir, en el ámbito interno y externo, las actividades de Insumos Bolivia.
- Ejecutar un sistema de monitoreo y alerta temprana de noticias referidas o relacionadas con Insumos Bolivia.
- Procesar, registrar, analizar y sistematizar los discursos, conferencias y entrevistas que realiza el Director General Ejecutivo y Gerentes de Área.
- Actualizar de manera periódica la información noticiosa de la página web de Insumos Bolivia.
- Coordinar la cobertura periodística de actividades donde participe el Director, Gerentes de Área.
- Coordinar el relacionamiento de Insumos Bolivia con los medios de prensa.
- Analizar, registrar y sistematizar la información referida a Insumos Bolivia.
- Coordinar con las instancias pertinentes el apoyo logístico al Director y Gerentes, así como la cobertura periodística de eventos de carácter público.

- Generar material publicitario y de difusión como ser cuñas, trípticos, afiches, banners, volantes y otros para apoyar las campañas de ventas de productos.
- Otras funciones que se le asignen inherentes al puesto

En este tiempo, he consolidado el Boletín Institucional, con la impresión de uno mensual, difundiéndolo entre las entidades estatales, los medios de comunicación y la población en general principalmente en las ferias que organiza el Ministerio de Comunicación u otras entidades del Poder Ejecutivo, toda vez que se convierten en una forma directa de llegar a la población.

Asimismo, la Memoria Institucional por los 5 años que elaboré se ha convertido en la carta de presentación de la institución que es llevada por la Dirección General Ejecutiva a todos los viajes al exterior del país.

En coordinación con las áreas de Comercialización y Planificación, se definió la imagen del palmito, aspecto que era una necesidad inminente, toda vez que no contaba con identidad propia.

La gestión 2013, fue intensa en actividades como lanzamientos e interrelación con los periodistas, pero esta gestión la actividad de la institución estuvo más abocada al apoyo hacia las empresas privadas y públicas con la exportación de sus productos y la búsqueda de nuevos mercados en el exterior, con la participación en ferias de diferente tipo en Cuba, Corea del Sur, Argentina y Uruguay.

A nivel nacional, también estuvimos presentes en la Feria Internacional de Santa Cruz-Expocruz 2014, las exhibiciones realizadas en el marco de la Cumbre del G77+China: “Manos y Frutos Bolivianos” y la Feria Intercultural de los Pueblos 2014 y Feria de Complementariedad Industrial del ALBA-TCP ( Alianza Bolivariana

Para los Pueblos de Nuestra América – Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP).

## CAPÍTULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

En Bolivia, a partir de 2006 se vive un nuevo paradigma económico, con la llegada del Movimiento al Socialismo (MAS) al Gobierno y con Evo Morales a la Presidencia. Hasta entonces, el modelo económico neoliberal había conducido al Estado a un papel de espectador sobre el quehacer económico, sin capacidad de participación, limitándose a un mediocre papel de regulador.

Junto con el nuevo Gobierno, vino la implementación del Plan Nacional de Desarrollo: Bolivia Digna, Bolivia Productiva, Bolivia Soberana, Bolivia Democrática, cuyo génesis partía de la reflexión de que las políticas económicas impuestas desde el exterior (Banco Mundial-BM, Fondo Monetario Internacional-FMI, Estados Unidos), no tenían la capacidad de responder a la coyuntura y realidad del país, pero principalmente estaban estrangulando al boliviano al reducir sus ingresos para beneficiar a las empresas extranjeras. A partir de este análisis, se traza el camino para generar una política económica propia, que responda a los nuevos desafíos y exigencias.

Si bien los procesos de nacionalización marcan el inicio de lo que se denominará el “proceso de cambio”, será la Nueva Constitución Política del Estado (NCPE) la que presente este nuevo modelo económico y lo defina como “*1. El modelo económico boliviano es plural y está orientado a mejorar la calidad de vida y el vivir bien de todas las bolivianas y los bolivianos*”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> (1) Constitución Política del Estado, promulgada el 7 de febrero de 2009, Librería Editorial Jurídica, pp 92

En el art. 316 de la Carta Magna, se definirán las funciones del Estado en la economía, a efectos en el numeral III, que determina el siguiente campo de acción: *“Dirigir la economía y regular, conforme con los principios establecidos en esta Constitución, los procesos de producción, distribución, y comercialización de bienes y servicios”*<sup>2</sup>.

Como política económica, precisa en el artículo 318 del mismo documento: *“III. El Estado fortalecerá la infraestructura productiva, manufactura e industrial y los servicios básicos para el sector productivo”, “El Estado promoverá y apoyará la exportación de bienes con valor agregado y los servicios”*<sup>3</sup>.

No es menos importante mencionar que a partir de una nueva visión de la economía ligada al vivir bien, es que la seguridad alimentaria pasa a ser una tarea del Estado, para lo cual el Gobierno Nacional invertirá todos los recursos que estén a su alcance para garantizar que las bolivianas y los bolivianos accedan a alimentos a precio justo. La soberanía alimentaria también estará mencionada pero la misma es de una construcción más amplia y conlleva un trabajo a largo plazo, aunque es necesario destacar que también en este punto existen avances.

Bajo este nuevo panorama planteado por una constitución que es aprobada por más del 70 por ciento de la población, lo que le da legitimidad al Gobierno Nacional del Presidente Evo Morales para llevar adelante su implementación, se hace necesaria la creación de nuevas entidades que garanticen la consecución de los objetivos trazados.

---

<sup>2</sup> (1) Constitución Política del Estado, promulgada el 7 de febrero de 2009, Librería Editorial Jurídica, pp 95

<sup>3</sup> (1) Constitución Política del Estado, promulgada el 7 de febrero de 2009, Librería Editorial Jurídica, pp 96

En este punto es importante mencionar que los cambios en la economía comenzaron aún antes de la aprobación de la NCPE, no sólo con las nacionalizaciones, sino con la creación de entidades que contribuyeron (y aún lo hacen) a garantizar la seguridad alimentaria de la familia boliviana, toda vez que la misma se vio afectada por factores como el cambio climático y la utilización política de la provisión de alimentos por algunos sectores conservadores que tenían en sus manos la producción y distribución de algunos alimentos.

Pero no sólo se crearon nuevas entidades, sino que otras fueron reconducidas en el marco del nuevo modelo económico, es el caso de la PL480, que a partir de la aprobación del Decreto Supremo 29727, el 1 de octubre de 2008, pasa a ser Insumos Bolivia.

Nació como una institución que lleva adelante el desarrollo de emprendimientos productivos bajo el nuevo modelo económico, aportando al desarrollo local con la capacitación de mano de obra, articulación de la oferta exportadora, provisión de insumos, la creación de empleo y el desarrollo de productos con calidad de exportación, que permitan generar recursos para el Estado.

Desde su creación, la entidad ha contribuido a la seguridad alimentaria con la importación y comercialización de harina (lo que contribuyó a garantizar el precio del pan), azúcar (el diseño de la logística de distribución permitió abastecer a la población boliviana), maíz (para sostener el precio de la carne de pollo y leche), arroz (cuando el fenómeno del niño y la guerra económica amenazaban su abastecimiento).

En su función como articulador de la oferta exportadora, en estos años coadyuvó a que empresarios sean grandes, medianos o pequeños, exporten sus productos hacia diferentes mercados, por un lado con la firma de un convenio con SUVINCA C.A. de Venezuela, y por otro con la compra de sus excedentes de producción

para exportarlos. Bajo esta última modalidad inyecta recursos frescos a la industria nacional.

Insumos Bolivia desarrolló emprendimientos productivos en dos áreas geográficas: en el Trópico de Cochabamba con dos plantas procesadoras de Palmito que incentivan la producción con el pago de un precio justo a los palmicultores, elaborando un producto de calidad, que luego es exportado para generar recursos para el país, pero además generando empleo de calidad. El segundo emprendimiento está ubicado en Riberalta, donde mujeres que antes se dedicaban a la zafra de almendra hoy gozan de un empleo digno y además son mano de obra calificada.

En cuanto a la adquisición de insumos básicos, importó cemento para garantizar la provisión en el mercado interno y fertilizantes para los pequeños agricultores.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Insumos Bolivia, en el marco de la política de transparencia que rige a la institución y del Plan Operativo Anual de la Unidad de Comunicación, proyectó la elaboración de una memoria anual que recoja el trabajo realizado en la gestión 2014. Hasta el momento, se elaboraron tres, una de las cuales estuvo orientada a recoger los logros de la institución en los cinco años desde su creación, dos son un resumen del manejo económico de la entidad.

En este caso, la propuesta es elaborar un documento que no sólo contenga los resultados del trabajo, sino que además reúna la visión de quienes son los principales beneficiarios de la institución, a través de dos herramientas: la entrevista y encuesta anónima, esta última que nos permita ver la perspectiva de la Satisfacción al Cliente.

Es necesario delimitar que cuando hablamos de una memoria, hablamos de un documento con carácter anual que elabora cualquier entidad o empresa en base a la recopilación de la información generada por ella misma, es decir es una revisión o incluso hasta un análisis para medir lo que pasa en la entidad y si es que los logros establecidos fueron alcanzados.

Bajo esa perspectiva, esta memoria deberá además ser práctica y la información que contenga trascendente porque a partir de estas características a saber se podrá convertir en un instrumento de consulta que además permitirá proyectar los logros de la entidad a corto, mediano y largo plazo.

Tomando en cuenta lo enunciado, la memoria contendrá la información generada a partir de los programas que ejecuta la entidad:

#### **i) Programa Exportaciones**

**Finalidad:** Orientado a apoyar a las empresas nacionales, sean pequeñas, medias o grandes, con la exportación de sus productos a través de la apertura de mercados, la intermediación en los trámites y la compra y envío de sus productos al mercado exterior.

**Antecedente:** Con el cierre del mercado de EEUU, el Gobierno Nacional asume el liderazgo en la búsqueda de nuevos mercados con una nueva visión de relacionamiento internacional basado en la complementariedad y compensación comercial justa entre países. En 2009 en el marco de la Alianza Bolivariana de los Pueblos y el Tratado de Comercio de los Pueblos, Insumos Bolivia firmó un convenio con su similar de Venezuela, Suministros Venezolanos Industriales C.A., SUVINCA C.A., para garantizar el comercio entre ambos pueblos bajo los parámetros indicados.

Al amparo de este acuerdo, las exportaciones realizadas alcanzaron los \$us 50 millones, favoreciendo a 36 empresas y 9 productos diferentes.

A esto se sumó que en 2013, el Gobierno Nacional conformó un fideicomiso para apoyar aún más al sector industrial y empresarial del país, entendiéndose como tales a grandes, pequeños y medianos. Este fideicomiso permite a la entidad la compra de productos con valor agregado dentro del mercado interno para su posterior exportación, tal es el caso que en 2013, se exportaron 47 mil toneladas de azúcar, 2.000 de leche y 900 de palmito en lata.

Así, además, se garantizaron recursos frescos para la industria nacional, que no tiene que esperar los tiempos morosos de pago propios del comercio exterior.

## **ii) Programa Azúcar:**

**Finalidad:** Contribuye a garantizar la seguridad alimentaria de la familia boliviana con la provisión de azúcar.

**Antecedente:** En 2010 comenzó la peor crisis en la provisión de azúcar de los últimos años. Esta fue originada por tres factores, el segundo y tercero consecuencia del primero. Aquel año, el precio internacional del azúcar se disparó haciendo atractivo este mercado para los propietarios de los ingenios azucareros del país, que no dudaron en exportar la mayor cantidad de azúcar posible, poniendo en peligro la provisión interna. A esto se sumó el contrabando que terminó por desabastecer el mercado nacional.

La única alternativa de solución fue importar el producto, misión que fue asignada a Insumos Bolivia, que encaró la tarea que se tornó difícil por los altos precios del mercado externo. También los ingenios azucareros debieron importar, toda vez que el caos era en gran parte su responsabilidad. Una

segunda medida que se tomó fue prohibir la exportación, aunque la misma ya era tardía.

Fue en 2011 que llegaron los primeros lotes, cabe destacar que para combatir la escasez lo antes posible no se escatimaron recursos y el endulzante comenzó a llegar por vía aérea, férrea, marítima y terrestre. Insumos Bolivia diseñó entonces toda una logística de distribución que permitió el aprovisionamiento, no sin superar antes un sinnúmero de problemas. Desde entonces se sostiene una reserva estratégica para evitar que un problema igual afecte a la población y además se reforzó la política de exigir a las empresas privadas que primero garanticen la provisión en el mercado interno antes de emitir permisos de exportación en el caso de alimentos.

### **iii) Programa Fertilizantes**

**Finalidad:** Diseñado para fortalecer a los pequeños agricultores que se dedican a la producción de alimentos con la distribución de fertilizantes a precio justo.

**Antecedente:** El anterior modelo neoliberal diseñó estrategias de apoyo al sector productivo pero orientadas solo a los grandes empresarios y no así al pequeño agricultor, que en su mayoría contribuye a sostener la seguridad alimentaria del país.

Por ello, el Gobierno de Evo Morales traza estrategias de apoyo al sector y una de estas líneas es la provisión de insumos, para el caso de nuestra institución, fertilizantes. Insumos Bolivia importa un producto de calidad y lo distribuye a través de un sistema de logística que permite que el beneficiario acceda al insumo donde lo necesita y a un precio justo. El proyecto se desarrolla con el apoyo del Gobierno del Japón.

Una característica de este programa es que los beneficiarios deben comprometerse a sembrar alimentos y comercializarlos a precio justo.

Hasta el momento se distribuyeron 57.2 millones de kilos, beneficiando a 106.799 pequeños productores que usaron el producto para sembrar alimentos en 101.241 hectáreas.

#### **iv) Programa Planta Procesadoras de Palmito:**

**Finalidad:** Beneficia a los productores pagando un precio justo por su producción, genera empleo de calidad y desarrollo en las poblaciones donde están ubicadas las plantas. Además elabora un producto de calidad que es exportado.

**Antecedente:** Cuando el programa de desarrollo alternativo ingresó al Trópico de Cochabamba, cometió un sinnúmero de errores, entre ellos dejar que el procesamiento de los productos sembrados como alternativa a la coca, estuvieran en manos de empresarios privados.

Esto derivó en que los propietarios de las empresas se aprovecharan del trabajo de los productores, pagándoles un precio ínfimo por su producción (tal es el caso de los palmicultores), y comercializado el producto a precios altos en el mercado externo.

Con la puesta en vigencia del Plan Nacional de Desarrollo que plantea en unos de sus puntos construir mejores condiciones de desarrollo para los productores, el Gobierno Nacional invirtió en la instalación de dos plantas procesadoras de palmito, una ubicada en Shinahota y otra en Ivirgarzama.

La administración de ambas pasó a manos de Insumos Bolivia, que luego de realizar un estudio decidió incrementar el precio del tallo del palmito de Bs0.60

a Bs1 y luego a Bs1.10. No pasa mucho tiempo antes de que las empresas privadas asuman la misma determinación.

Asimismo, la entidad garantizó la elaboración de un producto de calidad y la apertura mercados: el primero en Venezuela y el segundo en el mercado interno, con la distribución a través del Subsidio Prenatal y de Lactancia. Pero también se capacitó mano de obra local.

Ambas plantas son hoy una prueba clara de que con un manejo eficiente, el Estado puede llevar adelante emprendimientos de este tipo, beneficiar a los agricultores y conseguir una convivencia armónica con la empresa privada.

#### **v) Programa Planta de Confección Textil Riberalta:**

**Finalidad:** Orientada a la generación de empleo en la región, contratando principalmente mujeres que fueron capacitadas en la confección de textiles que son exportados.

**Antecedente:** En el marco del Plan de Desarrollo de la Amazonía, el Gobierno Nacional desarrolló talleres en la Amazonía, en los cuales los pobladores solicitaron la ejecución de proyectos principalmente en el área textil.

Es así que se inicia la construcción e implementación de una planta en Riberalta, la que inició operaciones en 2009, capacitando a mujeres que antes se dedicaban a la zafra de almendra, en la confección de prensas de alta calidad.

Insumos Bolivia asumió todo el proceso de implementación, puesta en marcha, capacitación y búsqueda de mercados para las manufacturas elaboradas. Actualmente, los productos son exportados a Venezuela y comercializados en el mercado interno.

#### **vi) Programa de Fortalecimiento al Sector Productivo:**

**Finalidad:** Mejorar la calidad de vida de los pequeños productores de arroz con la implementación de beneficiadoras del grano para la Provincia Abel Itullarde.

**Antecedente:** En la cadena productiva del arroz en la Provincia Iturralde, se detectó que los problemas más importantes están referidos a las malas condiciones de las beneficiadoras locales y a la especulación de los propietarios en el precio de alquiler de las mismas, factores que determinan una baja en la producción y los ingresos de los productores.

Para mejorar las condiciones de los pequeños agricultores, por un convenio interinstitucional, se proyectó la implementación de dos plantas beneficiadoras de arroz, una de las cuales estará ubicada en el municipio de Ixiamas y la otra en San Buenaventura.

#### **vii) Programa de monetización de donación de motocicletas:**

**Finalidad:** Optimización de las herramientas de trabajo de los trabajadores por cuenta propia que tienen en este vehículo su principal herramienta de trabajo.

**Antecedente:** Insumos Bolivia desarrolló el programa para la monetización de la donación de motocicletas, realizada por la República Bolivariana de Venezuela, en coordinación con el Ministerio de la Presidencia.

Este programa beneficiará a personas naturales cuya actividad laboral requiera de una motocicleta, trabajadoras y trabajadores por cuenta propia y servidoras y servidores de los sistemas públicos de educación o salud que necesiten de este instrumento para el desplazamiento a sus lugares de trabajo, quienes

podrán adquirir las mismas al contado o a través de créditos del sistema financiero.

#### **viii) Programa de distribución de alimentos en El Alto.**

**Finalidad:** A través de la firma de un convenio con el FPS, se distribuye alimentos a familias de El Alto que realizan trabajo de construcción y mantenimiento de vías.

**Antecedente:** El trabajo esforzado de vecinos alteños por mejorar las condiciones de su barrio, es recompensado con la entrega de más de 20.000 raciones de alimentos de calidad, en el marco del Programa de Cooperación Comunitaria, para Garantizar la Seguridad Alimentaria a través y el Desarrollo Vial Urbano en el Municipio de El Alto, el cual es ejecutado por el Fondo Nacional de Inversión Productiva y Social (FPS), que contrató los servicios de Insumos Bolivia para la provisión de los productos.

Desde 2012, la institución entrega paquetes de alimentos que contienen los siguientes productos: azúcar, palmito, leche en polvo, arroz, fideo, aceite, yogurt y harina.

Los principales beneficiarios de este programa son las mujeres y personas de la tercera edad que trabajan principalmente en el mejoramiento vial de sus zonas.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Por todo lo anteriormente expuesto, es que mi persona ve que hasta la fecha no se ha tomado en cuenta la posibilidad de medir el impacto social que todo esto ocasiona, es decir, medir en qué porcentaje los programas de Insumos Bolivia benefician realmente a los destinatarios y cuál es el impacto de los mismos. En

este sentido que tomó en cuenta dos aspectos fundamentales: describir la situación actual y compararla o contrastarla con una situación ideal, que es la que proyecto en este trabajo (memoria) que he desarrollado en este año, y me planteo la siguiente pregunta

***¿El escaso reconocimiento del impacto de los programas de Insumos Bolivia entre sus beneficiarios impide la proyección de mejoras y el diseño de nuevas estrategias de apoyo?***

## **CAPÍTULO II**

### **4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **4.1 OBJETIVO GENERAL.-**

Analizar y difundir el impacto de los proyectos, programas y actividades de Insumos Bolivia, con la elaboración de la Memoria Anual 2014, la que contribuya a promover una mejora en los programas de la institución.

#### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-**

- Desarrollar los principales conceptos y teorías respecto a la Memoria Anual de 2014.
- Precisar alternativas de difusión de los resultados del trabajo de Insumos Bolivia.
- Analizar la información de las diferentes gerencias y de los beneficiarios de la institución.

- Redactar una memoria institucional que recoja los resultados del trabajo realizado en la entidad.

## **5. DELIMITACIÓN DEL TEMA DE ESTUDIO.-**

### **5.1 TEMPORAL.-**

Para efectos del presente proyecto, se tomará la información generada por la institución durante la gestión 2014, periodo en cual también se colectaron las encuestas y se realizarán las entrevistas.

### **5.2 ESPACIAL.-**

La oficina central de Insumos Bolivia, está ubicada en la ciudad de La Paz, donde se concentra toda la información de los programas que se desarrollan en: Tarija, Cochabamba, Santa Cruz, Chuquisaca, Oruro y Potosí. En el caso de la distribución de palmito en lata por el Subsidio Prenatal y de Lactancia, el mismo alcanza a Beni y Pando.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **6.1. METODOLOGÍA**

La metodología cualitativa y cuantitativa permitirá analizar los datos y profundizar en los niveles connotativos proporcionando datos subjetivos y cálidos, para así descubrir el por qué de las cosas que se están investigando.

Se entiende por el método inductivo al *“proceso por el cual a partir de situaciones de carácter particular se llega a conclusiones de tipo general”*<sup>4</sup>.

Por método deductivo como el *“proceso que partiendo de un conocimiento general llega a uno de carácter particular mediante una serie de abstracciones lógicas”*<sup>5</sup>.

## **6.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

La técnica de investigación es un conjunto de métodos y procedimientos para la recolección de datos, que se utilizan para resolver problemas por medio de un ordenamiento lógico y secuencial que permiten llegar a un objetivo previamente establecido.

Con el propósito de recabar la información necesaria, se emplearán las siguientes técnicas de investigación:

### **6.2.1 Entrevista**

Recopilación verbal. Este método sirve para obtener datos de una fuente de información directa sobre alguna temática de interés para el entrevistador. Se emplea para interpretar un objeto de estudio previamente determinado.

---

<sup>4</sup> **ARANDIA**, Saravia Lexin, Métodos y Técnicas de Investigación y Aprendizaje, UMSA.

<sup>5</sup> **ARANDIA**, Saravia Lexin, Métodos y Técnicas de Investigación y Aprendizaje, UMSA.

Su particularidad radica en la factibilidad de retroalimentación entre entrevistador y entrevistado. Se aplica a personas individuales, la información recolectada complementa a la información obtenida de un grupo. A veces, las respuestas dadas en un grupo son poco confiables, entonces para salir de dudas el investigador recurre a esta técnica.

En ese sentido, las entrevistas se efectuarán a:

- Programa Exportaciones: Gerentes ENATEX, Inbolsa y Pil Andina SA. Se eligió a estas tres empresas porque sus exportaciones fueron las más representativas durante esta gestión.
- Programa Cemento: Las entrevistas serán realizadas a los ejecutivos de las empresas: Bolco, Puente y Concretec.
- Programa Fertilizantes: Se entrevistarán a productores de Tarija, Chuquisaca y Potosí.
- Programa Planta Procesadoras de Palmito: Se entrevistará a los palmicultores y a los trabajadores de la planta, porque en su mayoría son pobladores de la zona que fueron capacitados y hoy son mano de obra calificada.
- Programa Planta de Confección Textil Riberalta: Se entrevistará a las servidoras que fueron capacitadas y a ex funcionarias que gracias a la capacitación que recibieron hoy tienen una actividad propia.

### **6.2.2. Encuestas**

En esta investigación se entenderá por encuesta al método de investigación cuantitativo que permite la recolección sistemática de datos- que se traducirán en resultados numéricos, frecuencias, porcentajes, estadísticas, cuadros y gráficas- en una parte, fracción o subgrupo representativo (muestra) de una determinada población (universo), mediante la aplicación de un cuestionario: conjunto de preguntas.

Las encuestas son llenadas desde principio de gestión en la institución, como normativa para retroalimentación acerca de los alcances de los programas y principalmente como parte del proceso de Satisfacción al Cliente, que es parte de la obtención y sostenimiento de la ISO 9001:2008.

Las encuestas son las siguientes:

INBOL/COM/ENC1/F-001-2013 PRODUCTORES  
INBOL/COM/ENC1/F-002-2013 IMPORTADORES  
INBOL/COM/ENC1/F-003-2013 EXPORTADORES  
INBOL/COM/ENC1/F-004-2013 CONSTRUCTORES  
INBOL/COM/ENC1/F-005-2013 ENTIDADES PÚBLICAS

### **6.3 DISEÑO**

La técnica utilizada para la recolección de información es el Diferencial semántico, que es una técnica para la investigación sicosocial que permite calificar el significado afectivo de las palabras; es decir es una prueba psicológica que consta generalmente de escalas de medición psicológica circunscritas en sus extremos por adjetivos de significado opuesto. O según define el autor Carlos Monje, en su libro Metodología de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa, *“Esta técnica se emplea para mediar actitudes en*

*la cual se pide a los entrevistados que califiquen un concepto de interés con una serie de escalas bipolares de siete puntos”<sup>6</sup>.*

La presentación de los resultados de las encuestas se realizará a través de tortas y columnas, elaboradas desde el programa Excel, pero pasadas al diseño gráfico para efectos de una mejor presentación.

#### **6.4 SELECCIÓN DE MUESTRAS**

Las muestras para la entrevista serán aleatorias, considerando que no todos los productores, por su idiosincrasia, acceden a dar las mismas. En el caso de las encuestas, cada uno de los formularios es entregado a los que adquieren los productos, siendo un tema de absoluta voluntad su llenado que es anónimo.

En este caso se trata de Muestras probabilísticas, que según la definición de Roberto Hernandez Sampieri, en el libro Metodología de la investigación, *“la elección de los elementos no dependen de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra”<sup>7</sup>.*

---

<sup>6</sup> **MONJE**, Álvarez Carlos Arturo, “Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa”, Universidad Sur Colombiana, 2011, pp 147.

<sup>7</sup> **HERNADEZ SAMPIERI**, Roberto; “Metodología de la investigación”. Editorial Mcgraw Hill. México. 1990,

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO DE DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **7.1 HISTORIA DE INSUMOS BOLIVIA:**

Insumos Bolivia inicia sus actividades el 1 de octubre 2008, con la promulgación del Decreto Supremo 29727, que determina que la ex PL480 cambie de denominación y se le asignen nuevas funciones.

La primera tarea que se estableció para la nueva entidad, fue la de contribuir a la seguridad alimentaria, con la importación de arroz y harina. Una vez adquirido el producto del exterior, la entidad diseñó una estrategia de comercialización, que permitió la distribución en todo el territorio nacional.

La harina era principalmente comercializada entre el sector de los panificadores, que al contar con numerosas asociaciones, complicaba la tarea. Se firmaron acuerdos con las federaciones departamentales para determinar la cantidad a la que accedería cada afiliado y los documentos que presentarían.

Esta misma forma de trabajo sería adoptada para la distribución del fertilizante. Este programa se ejecuta con la Cooperación del Gobierno de Japón que dona un producto de alta calidad al país, el cual monetiza Insumos Bolivia y transfiere esos recursos al Tesoro General de la Nación (TGN).

Bajo esa misma modalidad, monetización de donaciones, llevó adelante la compra de maquinaria para diferentes municipios y gobernaciones, principalmente dirigidas a la apertura de caminos y su mantenimiento.

Los proyectos de desarrollo productivo bajo el nuevo modelo económico son dos: Plantas Procesadoras de Palmito y de Textiles, que desde 2010 y 2009 son parte del trabajo de la entidad, que desarrolla en ambas sus capacidades de producción, administración y comercialización.

Desde 2009, también la institución apoya a los productores con la exportación de sus manufacturas, convirtiéndose en el paso del tiempo en ser la única entidad del Estado que cuenta con la Certificación ISO9001:2008, para los procesos de exportación e importación.

Asimismo, la mayor parte de sus programas funcionan a partir de la administración de fideicomisos, es decir con la asignación de recursos por un determinado tiempo y para una actividad en concreto, descontando sólo los gastos de operación, el dinero debe ser devuelto. Hasta el momento, la entidad ha devuelto todos los recursos otorgados en los tiempos establecidos, incluso incrementando el monto asignado inicialmente, lo que demuestra un manejo eficiente.

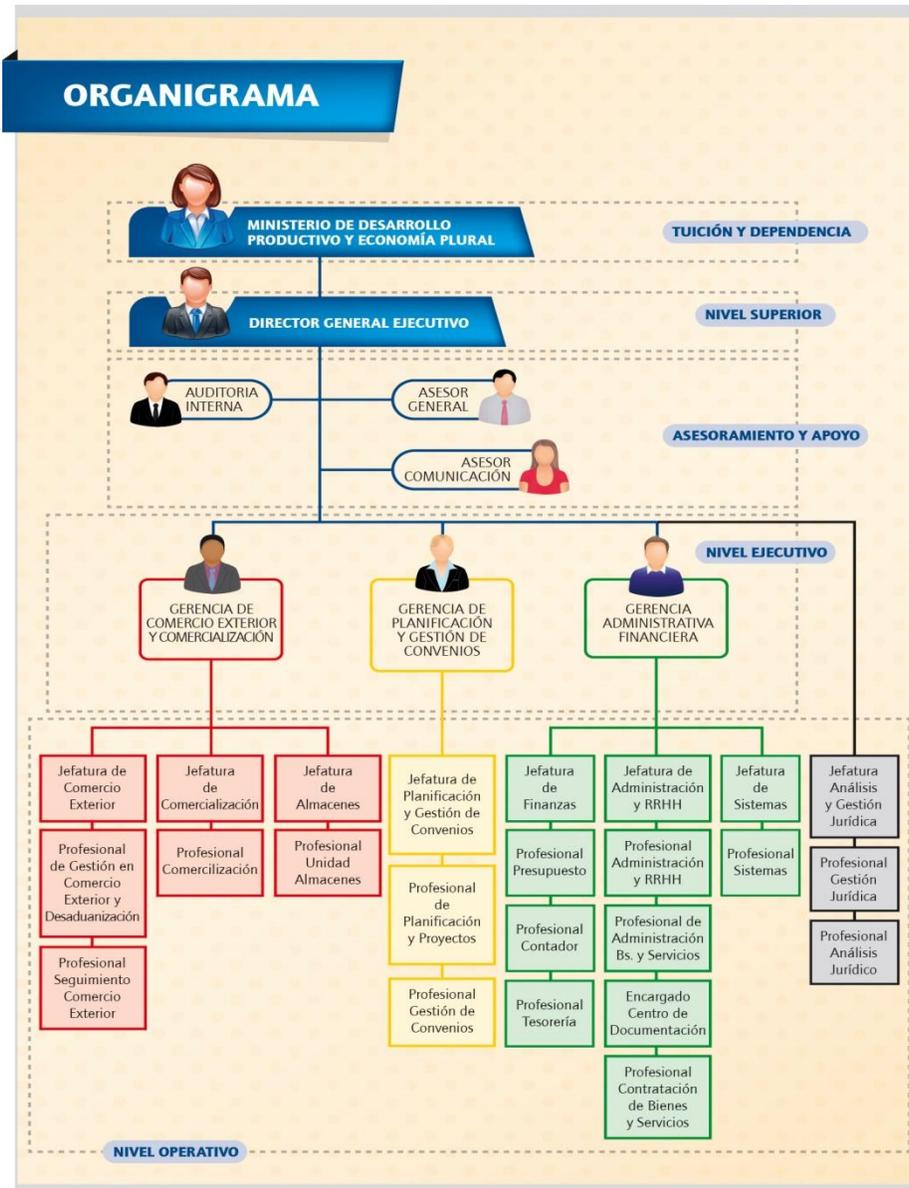
### **7.1.1 SITUACIÓN ACTUAL**

Actualmente, Insumos Bolivia trabaja en ocho programas, habiendo dejado de lado la comercialización de harina y arroz, asumiendo en su lugar la distribución de cemento. En el tema de exportaciones, la tarea de la entidad se amplió a la adquisición de productos con valor agregado en el mercado interno, para su posterior exportación, lo que conlleva la generación de nuevas aptitudes dentro del personal.

A partir de octubre, también la distribución de azúcar se limita sólo al Subsidio Prenatal y de Lactancia, en vista de que la producción está asegurada para esta gestión.

El nuevo reto que se asumió esta gestión es la apertura de mercados no sólo para la empresa privada, sino para empresas del estado.

## 7.2.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



### **7.2.3 UBICACIÓN**

Insumos Bolivia es una entidad descentralizada, con autonomía de gestión y bajo tuición del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Bajo su dependencia tiene la administración de las tres plantas procesadoras.

### **7.2.4 VISIÓN**

Somos una institución pública descentralizada, consolidada, posicionada y reconocida a nivel nacional e internacional en la provisión de insumos y comercialización de productos con valor agregado, que contribuye al desarrollo económico del Estado Plurinacional boliviano

### **7.2.5 MISIÓN**

Insumos Bolivia es una institución descentralizada del Estado Plurinacional, proveedora de insumos estratégicos y exportadora de productos con valor agregado, apoyando al desarrollo productivo, mediante la administración transparente y eficiente de recursos públicos y/o de la cooperación internacional.

### **7.2.6 OBJETIVOS INSTITUCIONALES**

- Comprar en el mercado interno y/o importar materias primas e insumos estratégicos y de alto impacto para la producción con destino a la provisión de las Unidades Productivas del país.
- Comprar en el mercado interno productos con valor agregado destinados a la exportación, a fin de articular la oferta de productos de las Unidades Productivas del país con mercados externos.
- Realizar la exportación de productos con valor agregado.

- Recepcionar y monetizar las donaciones.
- Comercializar productos e insumos en el mercado interno.
- Administrar y ejecutar recursos públicos, privados y/o provenientes de la cooperación internacional.

### 7.3 MODELO COMUNICACIONAL

El enfoque comunicacional que se empleará será el de la recepción crítica, donde el receptor es activo, *“Posee una capacidad gramatical que le permite intervenir en el texto e interpretarlo en función de los códigos de su grupo social. Así, la recepción de mensajes nunca es unívoca y constituye un proceso de construcción cooperativa de sentidos. De todos modos, los receptores necesitan ser formados”*, Erick Torrico, *“De las matrices a los enfoques”*<sup>8</sup>.

En este caso, hablamos más de un acto de percepción que de recepción, es decir que un perceptor decodifica de forma crítica el mensaje que percibe a diferencia del receptor habitual al que sólo recoge los mensajes, y esta decodificación la realiza a partir de los valores que hacen al grupo que pertenece, a su vivencia.

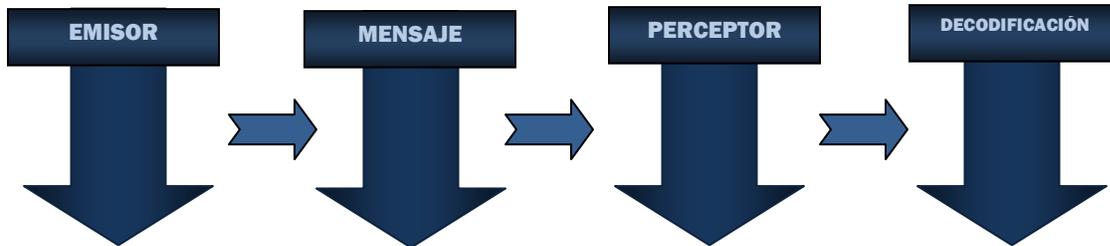
A la recepción crítica también se le conoce como recepción activa o interactuante y sucede cuando la masa se convierte en colectividad razonante.

---

<sup>8</sup> **TORRICO**, Villanueva Erick, *Comunicación: de las matrices a los enfoques*, Editorial Quipus, Ecuador, 2010

Si bien la llamada corriente de recepción crítica o participante comienza sus estudios en Latinoamérica entres los años setenta y ochenta, su vigencia permanece hoy día con sobradas necesidades, en un mundo donde los medios muestran complejas ofertas y abundantes confusiones.

Esquemmatización:



Una vez que el perceptor decodifica el mensaje enviado, genera un nuevo tipo de información, por ello este modelo se aplica al presente trabajo.

De allí precisamente que en el trabajo se incluya la realización de encuestas y entrevistas para determinar si aquel mensaje que se envía está siendo decodificado correctamente, toda vez que cada uno de los programas fue inicialmente elaborado para cubrir determinadas necesidades expresadas por los beneficiarios.

## 7.4 DIAGNÓSTICO

Las actividades de Insumos Bolivia son dispersas y eso se constituye en un problema a la hora de proyectar el nombre de la institución, porque abarca diferentes áreas y es complicado identificarla con una sola actividad.

Que los recursos se asignen sólo con Fideicomisos presenta una dificultad administrativa principalmente, porque los mismos se asignan para efectos puntuales, e impiden que por ejemplo se puedan tener presupuestos para comunicación y difusión.

Asimismo, hasta el momento si bien se realizaba la encuesta de forma anual, la misma no era utilizada como un elemento de retroalimentación, para generar acciones que vayan en respuesta hacia la visión recogida.

Los dos primeros puntos no hacen a problemas que puedan ser solucionados desde el área de comunicación, pero sí el tercero, razón por la cual se planteó la elaboración de una memoria institucional, que recoja no solamente el trabajo que se realiza sino las visiones de los beneficiarios de la institución.

## **CAPÍTULO V**

### **MARCO TEÓRICO**

Dentro de la base teórica se abordarán conceptos de comunicación, redacción y demás elementos que servirán como fundamento para la elaboración de la memoria que darán lugar al documento en sí mismo.

#### **8.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?**

La comunicación derivada del término latino "communicare", que significa "compartir, participar en algo, poner en común". La comunicación es parte inherente al ser humano, cada acción, cada gesto busca comunicar.

Su estudio comienza hace alrededor de 100 años, aunque se pueden encontrar esbozos anteriores. Será el desarrollo de teorías como la formulada como Harol Laswell las que le darán el carácter académico.

Para efectos del desarrollo de este trabajo tomaremos el concepto de comunicación de Luis Ramiro Beltrán, extraído de su modelo de

Comunicación Horizontal, donde define a la comunicación como “*el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo las condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación*”<sup>9</sup>.

También retomaremos el principio básico de la comunicación planteado por Harol Lasswell, “Structure and Function of Communication in Society”, es decir que a la comunicación le incumbe “quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto”.

## **8.2. ¿QUÉ ES LA INFORMACIÓN?**

La información es un proceso unilateral de transferencia de datos destinado a reducir parte de la incertidumbre que rodea al receptor con relación a una circunstancia determinada, será este último quien otorgue o no valor a la información que reciba. En general, la información es la asignación de una forma peculiar a una parcela de la realidad comunicable, “puesta en forma” (en latín informarse quiere decir ponerse en forma).

En relación al tema Erick Torrico plantea premisas fundamentales mediante las cuales se considera a la información como vital, parcial, subjetiva, parcializada y como poder (a mayor acumulación y concentración informativas habrá mayor autoridad, capacidad de decisión e influencia).

La información se puede clasificar según su alcance en: diseminativa (cuando tiene lugar en un grupo determinado mediante un flujo cerrado y un lenguaje especializado), divulgativa (los grupos en los que se realiza sus flujos son semi-abiertos operando con un lenguaje especializado, pero

---

<sup>9</sup> Beltrán Luis Ramiro, Adiós Aristóteles: la comunicación “horizontal”, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, No. 7, ALAIC, 2007, pp30

explicado), difusiva (cuando los grupos que la reciben y los flujos que la viabilizan son abiertos y se emplea un lenguaje de uso corriente y fácilmente comprensible).

O de acuerdo a su significado social en pública o abierta (es la que se difunde por los medios masivos), privada o restringida (procesada (recolectada, evaluada, jerarquizada y clasificada) por entidades oficiales o particulares, altamente especializada, secreta o estratégica (sus mensajes tiene carácter confidencial y están procesadas por aparatos militares, policiales o políticos).

### 8.3. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL?

Fernández Collado define en su libro “La Comunicación en las organizaciones”, a la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”... *“Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”*<sup>10</sup>.

En el texto Técnico en Publicidad, se define además que *“La comunicación puede ser interna o externa; es un proceso muy complejo y obligatorio para cualquier empresa o institución con el fin de dar a conocer sus productos, servicios, ideas, etc., ya que dicha empresa o institución debe conocer las inquietudes y reacciones de sus consumidores, clientes, proveedores,*

---

<sup>10</sup> **FERNANDEZ**, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, Octubre de 1997

*competencia... en definitiva, conocer todas las corrientes existentes, tanto dentro como fuera de ella*<sup>11</sup>.

#### **8.4. ¿QUÉ SON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN?**

Las fuentes de información según La CIESPAL, en su Periodismo Educativo y Científico, “están constituidas por personas o grupos de personas vinculada entre sí permanentemente o circunstancialmente y por acervos de conocimientos organizados o dispersos de los cuales es posible extraer ideas o datos susceptibles de convertirse en mensajes”.

#### **8.5. ¿QUÉ ES LA NOTA INFORMATIVA?**

En el texto de Juan Gargurevich, “Géneros Periodísticos”, se define a la nota informativa como el género más utilizado en el periodismo, “*consiste en la presentación de hechos acaecidos recientemente, redactada de acuerdo a normas y técnicas desarrolladas por la experiencia*”<sup>12</sup>.

#### **8.6. ¿QUÉ ES EL REPORTAJE?**

Con la aparición de la imagen en movimiento, el periodismo debió incursionar en nuevos géneros y formas de relato que contrapesen la influencia de medios de comunicación como el cine y después la TV.

Según Juan Gargurevich, “Géneros Periodísticos”, el reportaje “*es un género periodístico que consiste en narrar la información sobre un hecho o*

---

<sup>11</sup> **PASTOR**, Fernando, “Técnico en Publicidad”, Editorial Cultural S.A., Estados Unidos, 2003

<sup>12</sup> **GARGUREVICH**, Juan, Géneros Periodísticos, Editorial Belén, 1982

*una situación que han sido investigados objetivamente y que tiene el propósito de contribuir al mejoramiento social*<sup>13</sup>.

Gonzalo Martín Vivaldi, en su libro Géneros Periodísticos”, afirma que “*en sentido amplio, reportaje equivale a información. Todo trabajo informativo que o sea la estricta noticia, el artículo literario o de opinión o la crónica, es reportaje. Incluso la propia noticia, desarrollada, puede dar lugar a diversos informes. En este sentido amplio, encajado puede dar lugar a diversos informes. En este sentido amplio, encajado en la significación etimológica, reporta todo el que nos dice o cuenta algo*<sup>14</sup>”.

## 8.7. ¿QUÉ ES LA MEMORIA INSTITUCIONAL?

Una definición para la memoria institucional, la encontramos en el portal [www.gimeno111.com](http://www.gimeno111.com), “*La memoria anual de una entidad es un documento en el que se resumen las principales actividades realizadas por la empresa y el balance económico del año al que se refiere*”, Afirma además que la memoria institucional se convierte en un documento que puede llegar a tener un valor estratégico para una empresa o institución, ya que “*si esta información que incluye está debidamente plasmada y enfocada hacia el público al que va dirigida, puede convertirse en material promocional que genere un alto valor añadido para la empresa*”.

Según el autor Manuel Palencia, “*Es aquella publicación de prestigio y de múltiples usos que, a la postre, se convierte en una de las publicaciones que mejor refleja lo que es y pretende la organización*<sup>15</sup>”.

---

<sup>13</sup> **GARGUREVICH**, Juan, Géneros Periodísticos, Editorial Belén, 1982

<sup>14</sup> **VIVALDI**, Martín Gonzalo, Editorial Ediciones Prisma S.A. de C.V., México

<sup>15</sup> <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer24-17-palencia.pdf>

La Memoria Institucional es una de las técnicas más aceptadas en Relaciones Públicas, según el autor, quien la califica como la más representativa y que esta técnica *“pretende informar y comunicar directamente a sus públicos con mensajes claramente intelectuales, y por ende, justificados y razonados”*.

## **9 . BIBLIOGRAFÍA**

**ARANDIA**, Saravia Lexin, Métodos y Técnicas de Investigación y Aprendizaje, UMSA.

**CAJÍAS**, Lupe, Poder y comunicación, comunicación y poder, Fundación Milenio, Bolivia, 1995.

**GRADOS**, Jaime, “La entrevista en las organizaciones”, copia publicada en internet.

**FERNANDEZ**, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, Octubre de 1997.

**GARGUREVICH**, Juan, Géneros Periodísticos, Editorial Belén, 1982

**GRIJELMO**, Álex, El Estilo del Periodista, Editorial Taurus, España, 2001.

**HERNADEZ SAMPIERI**, Roberto; “Metodología de la investigación”. Editorial Mcgraw Hill. México. 1990.

**MATTELART**, Armand, “Historia de las teorías de la comunicación”, Editorial Hurope S.R., España, 1997.

**MEJIA**, Raúl; “Metodología de la investigación”. 1993.

**MONJE**, Álvarez Carlos Arturo, “Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa”, Universidad Sur Colombiana, 2011.

**ORGAZ**, García Mirko, Documentos de la Comunicación, Editorial Edcom Publicaciones, Bolivia, 1999.

**PASTOR**, Fernando, “Técnico en Publicidad”, Editorial Cultural S.A., Estados Unidos, 2003.

**RODRÍGUEZ**, Pastor, Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias, Editorial Ediciones Paidós, España, 1994.

**SAMPER PIZANO**, Daniel, Grandes Reportajes, Editorial Intermedio Editores, Colombia, 1990.

**TABORGA**, Huáscar, Cómo hacer una Tesis, Editorial Grijalbo, S.A. C.V., México 1980.

**TORRICO**, Villanueva Erick, Comunicación: de las matrices a los enfoques, Editorial Quipus, Ecuador, 2010

**VIVALDI**, Martín Gonzalo, Editorial Ediciones Prisma S.A. de C.V., México.

**Documentos Institucionales:**

Constitución Política del Estado, versión digital de la página digital de la Vicepresidencia de la República.

Memoria Institucional de Insumos Bolivia por su quinto aniversario.

Agenda 2025.

Plan Nacional de Desarrollo.

**Páginas web:**

<http://www.gimeno111.com/index.php/blog/169-claves-para-la-elaboracion-de-la-memoria-anual-corporativa>

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer24-17-palencia.pdf>