

D1. 1971.04

T. 3457.30

Bogotá, Enero 20 de 1971

No. 1518
Archivos 1-25
ARTESANIAS DE COLOMBIA

21 EN 1971

Recido	Pase a	Atendido
	3	
	1	

Señor Doctor
Hernando Galindo
Subgerente de Fomento
ARTESANIAS DE COLOMBIA
La Ciudad

Apreciado Dr. Galindo:

En la forma más atenta me permito presentar para su consideración la propuesta que han elaborado conjuntamente Joaquín Piñeros Corpas y Asociados, y Asesores Andinos, referente al "Centro Artesanal del Departamento del Huila".

Estimamos que la inversión que requiere este estudio será de Ps. Col. \$145.000, pagaderos 50% a la firma del contrato respectivo y 50% a la entrega del estudio. El trabajo del grupo de profesionales que se detalla en la propuesta será de tres meses.

Con sentimientos de alta consideración y aprecio, nos suscribimos de usted.

Atentamente,

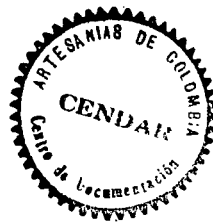
142.



Joaquín Piñeros Corpas
JOAQUÍN PIÑEROS CORPAS

Samilo Santander Menendez
SAMILO SANTANDER MENDEZ

BOGOTA, ENERO DE 1971



PROPUESTA

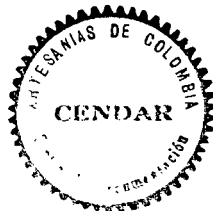
✓ ESTUDIO DEL CENTRO ARTESANAL DEL

DEPARTAMENTO DEL HUILA

ARTESANIAS DE COLOMBIA

CONTENIDO

- I. ENUNCIADO GENERAL Y JUSTIFICACION DEL ESTUDIO
- II. OBJETIVOS
- III. TERMINOS DE REFERENCIA
 - A. Conclusiones y recomendaciones
 - B. Reconocimiento Antropogeográfico
 - C. Análisis y evaluación de la oferta Artesanal
 - D. Finalidades, Diseño y funcionamiento del Centro Artesanal
 - E. Análisis y diseño del Mercadeo de los productos Artesanales del Huila.
 - F. Análisis Financiero del Proyecto.
- IV. METODOLOGIA DE DESARROLLO DEL ESTUDIO
- V. PERSONAL PROFESIONAL INVOLUCRADO



I.- ENUNCIADO GENERAL Y JUSTIFICACION DEL ESTUDIO

Las iniciativas tendientes a aprovechar y perfeccionar los efectivos artesanales y a fomentar los que con base en las posibilidades y promesas del hombre y del medio se puedan convertir en halagüeña realidad comercial, están indudablemente vinculadas, y de modo sustancial, a las soluciones del desarrollo integral de la mayor parte de las regiones del país, principalmente del Huila, en donde se cuenta por una parte, con un pueblo ingenioso y de temperamento artístico, con unos de los folclores más ricos del mundo hispanoamericano y con valiosos signos de vocación artesanal y por la otra, con un déficit crónico de ingresos en los presupuestos familiares, especialmente en los sectores campesinos que se ven obligados a extraer de la tierra todos los recursos de la subsistencia, cuando bien pudieran completar lo que les falta con los rendimientos de una industria hogareña o local, establecida sin perjudiciales desplazamientos y con la participación de la mayor parte de los miembros de la familia.

Lo anterior, no se opone a los logros de la nueva artesanía con sus aspectos de producción industrial y masiva, sino que radica la atención preferentemente en zonas rurales en donde la artesanía ya ha acreditado sugestivos valores y en donde este tipo de iniciativa puede tener enormes beneficios, no solo en el campo económico propiamente dicho, sino también en el social y cultural.

Esto es más cierto en lo relacionado con el robustecimiento de los factores cohesivos de la familia y de la comunidad rural y en una condensación de valores esenciales de cultura y trabajo, dentro del concepto de una vida sencilla, tan decorosa como recursiva y de un conciente aprovechamiento de los factores del medio.

El medio físico y humano es otro de los temas de mayor interés que debe tener en cuenta un proyecto de esta clase. En el Huila, la naturaleza ofrece y puede producir las materias primas más generosas y adecuadas para ser transformadas, por obra de la mano ingeniosa y paciente, en una riqueza artesanal caracterizada por la variedad, la originalidad, la factura correcta y el auténtico mensaje artístico. En lo que sin mayores estímulos ha logrado hasta ahora la artesanía huilense, se pueden apreciar el sentido estético y el buen acabado, representativos de la calidad del artesano y de su responsabilidad en el trabajo. Pruebas de estas afirmaciones son las primorosas cerámicas de Pitalito y los tejidos en fique de cinco o seis lugares del departamento, orientados hacia la concepción textil de una industria por siglos destinada a la producción de burdos empaques.

Para el perfeccionamiento y fomento de una gran actividad artesanal en el Huila, nada más indicado que un estudio básico de los efectivos y potenciales de la región y la elaboración de un proyecto de centro encargado de ejecutar un plan de desarrollo específico, armonizado con el desarrollo integral de la región.

II.- OBJETIVOS

De lo anterior se deduce que importa fijar claramente cuáles son los objetivos del estudio de la región y del proyecto de Centro.

De los puntos enunciados por Artesanías de Colombia en su comunicación de convocatoria y de la información preliminar necesaria para tomar parte con sentido de responsabilidad en la licitación correspondiente, se deduce que se pueden proponer los siguientes objetivos:

- 1.- Aumento del ingreso familiar en la región e incorporación ordenada y permanente del campesino huilense en la economía de cambio.
- 2.- Nuevas oportunidades de trabajo, capacitando a las personas para actuar con un concepto de eficiencia, correlativo del de dignidad en el oficio y de mayor integración a la comunidad.
- 3.- Exploración del medio natural y humano para establecer las posibilidades de mayor y mejor producción en el campo artesanal y en los conexos.
- 4.- Preparación artesanal del medio económico para la creciente corriente turística hacia el Huila, con motivo de un mayor conocimiento de las promesas recreacionales del departamento, y principalmente de la zona arqueológica de San Agustín, cada vez más poderoso atractivo de los círculos universitarios del mundo.

- 5.- Estímulos educativos consiguientes a una decorosa ocupación, principalmente la redención de vicios que generan nuevos vicios de perturbadora influencia social, como el alcoholismo y reivindicación de los valores culturales del pueblo entre los cuales la artesanía tiene una gran importancia.
- 6.- Contribución sustantiva de la artesanía huilense a la Colombiana, teniendo en cuenta las apetencias del consumidor y las demás variables de los mercados nacional e internacional, y como consecuencia una mayor generación de recursos financieros para la región y de divisas para el país.

III.- TERMINOS DE REFERENCIA

El estudio que se llevará a cabo -de acuerdo con la solicitud de ARTESANIAS DE COLOMBIA- estará dividido en los siguientes apartes:

- A.- Conclusiones y Recomendaciones.
- B.- Reconocimiento Antropogeográfico y Artesanal.
- C.- Análisis y Evaluación de la oferta Artesanal actual y potencial.
- D.- Finalidades, diseño y funcionamiento del Centro Artesanal
- E.- Análisis y Diseño del Mercadeo de los productos artesanales del Huila.
- F.- Análisis Financiero del Proyecto.

A continuación se detallan los apartes anteriores:

A.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio tratará de responder interrogantes como estos:

- 1.- Qué aspectos del medio humano, cultural y económico de los diferentes sectores del Huila recobran particular interés con el establecimiento del Centro Artesanal proyectado?
- 2.- En qué medida éste puede contribuir al desarrollo integral del Huila?
- 3.- Cuáles son los sectores comunitarios, educativos, económicos y administrativos que deben estar comprometidos en el éxito de un proyecto como éste?
- 4.- Cuáles son los sitios de artesanía tradicional y cuáles son

- las maneras de fomentarlos económica, técnica y artísticamente?
- 5.- Cuáles son los sitios de artesanía potencial que pudieran ser objeto de fomento económico, técnico y artístico?
 - 6.- Dentro de las diferentes circunstancias y condiciones culturales y económicas de la región, cuáles son los sitios y las áreas que pudieran dedicarse a la artesanía moderna e industrial, complementaria de la artesanía tradicional, de esencia campesina y sometida a los dictados de la historia cultural del pueblo?
 - 7.- Cómo podría convertirse este centro en factor cooperativo de información y trabajo de los diferentes sectores artesanales del departamento?
 - 8.- Cuáles son los productos artesanales que pudieran considerarse no solo representativos del Huila sino que además conlleven un mayor potencial.?
 - 9.- Cuáles son las deficiencias y las posibilidades de perfeccionamiento de los actuales productos artesanales del Huila?
 - 10.- Cuáles son las motivaciones que deben buscarse para que el artesano huilense produzca nuevas cosas, teniendo en cuenta el racional aprovechamiento de recursos naturales existentes y su espíritu de autenticidad?

- 11.- En qué forma se puede incrementar la economía popular del Huila mediante la complementación artesanal de otras industrias de la región del país, especialmente en lo que se refiere a empaques y más atractivas formas de presentar los productos?
- 12.- Qué clase de centro debe ser establecido, cual su localización óptima y cuáles sus finalidades y funciones?
- 13.- Qué sistemas se deben emplear en el centro para estimular la creatividad, dar a la artesanía la importancia laboral y cultural que merece y fomentar un racional incremento de la productividad ?
- 14.- Cúales son los requerimientos de establecimiento y operación del centro en cuanto a capital humano y recursos financieros se refiere?
- 15.- Cuál es el estado de desarrollo del mercadeo de artesanías huilenses en comparación con las de otras regiones del país?
- 16.- Qué participación en el mercado nacional tienen actualmente las artesanías del Huila?
- 17.- Qué volúmen de ventas puede esperarse para los próximos años y a qué factores están supeditados dichos volúmenes?
- 18.- Qué canales de distribución serían los más aconsejables y cuál sería la función tanto del Centro proyectado como de Artesanías de Colombia en dicha distribución?

- 19.-Cuál es el potencial de exportación de las artesanías huilenses, y de qué manera se puede aprovechar?
- 20.-Cuál ha de ser la aplicación de los fondos destinados al Centro?
- 21.-Qué composición es recomendable para la estructura de costos del Centro, y cuáles serán los probables flujos de efectivo en los próximos cinco años?

B.- RECONOCIMIENTO ANTROPOGEOGRAFICO

- 1.- Obviamente la base del estudio es el reconocimiento de la región que va a ser cubierta por la actividad del Centro proyectado, y no solo para hacer un inventario de artesanías actuales o potenciales, sino ante todo para indagar o comprobar la clase de recursos naturales y elementos laborales de que el artesano dispone, y muy específicamente las condiciones culturales, económicas y sociales del medio en que se espera convertir a la artesanía en un importante factor de desarrollo.

C.- ANALISIS Y EVALUACION DE LA OFERTA ARTESANAL

Este capítulo se desarrollará mediante:

- 1.- Un estudio crítico de las artesanías tradicionales y potenciales desde los puntos de vista etnográfico, artístico y económico.

- 2.- Localización de sitios de artesanía tradicional y manera de fomentarlo económica, técnica y artísticamente.
- 3.- El señalamiento en forma de recomendación de sitios de artesanía potencial que pudieran ser objeto de fomento económico, técnico y artístico.
- 4.- La elaboración de una lista de producción selectiva con base en muestras artesanales susceptibles de industrializar metódicamente, mejorar técnicamente y comercializar en los mercados regional, nacional e internacional.
- 5.- La elaboración de una lista, semejante a la anterior, con base en posibilidades de futuras creaciones artesanales susceptibles de metódicas industrialización y comercialización.

D.- FINALIDADES, DISEÑO Y FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO ARTESANAL.

Para el desarrollo de este capítulo se deben tener en cuenta tanto las sugerencias emanadas de experiencias en otras regiones y de programas similares como las condiciones propias del medio huilense con sus expectativas económicas y culturales, y con sus valores reales de trabajo y mercado. Por esto mismo será el estudio el que indique las características precisas de dicho centro. Ya en el ítem A se incluyeron las preguntas que el referido estudio debe contestar. Por lo tanto desde ahora no se pueden hacer

concreciones como la de si el centro se dedicará a la producción o más bien a la orientación del fomento artesanal, o como la de si su planta administrativa será costosa o por el contrario, podrá reducirse a un mínimo de vigilancia y atención de los servicios elementales de funcionamiento. De todos modos las informaciones y las reflexiones que sustentan un anteproyecto llevan a pensar que ese centro deberá ser, además de lo que indique el estudio,

- a) una organización de orientación didáctica y de difusión cultural.
- b) una organización de promoción y manejo tanto de los aspectos cooperativos y comunales que deben ser tenidos en cuenta dentro de programas de artesanía de este tipo, como de la capacitación sistemática para corresponder a un sentido evolutivo y progresista de la actividad social y económica comprometida en el empeño.
- c) Un muestrario permanente de ejemplos de artesanía tradicional de la región y de ensayos metódicos de artesanía potencial.
- d) una fuente de recursos dedicados al mantenimiento financiero del propio centro y de sus programas en toda la región, lo cual podría conseguirse mediante un bien surtido almacén, con sus sugestivos catálogos y vitrinas, destinados a atraer las solicitudes de comerciantes mayoristas o de promotores de turismo que encuentren en el renglón artesanal un complemento necesario de su actividad.
- e) un centro permanente de divulgación de ideas, al alcance del pueblo, sobre la naturaleza, el tratamiento, el uso y las posibilidades

- reales de la artesanía regional, tanto en la parte económica como en la social.
- f) un centro de consulta con la biblioteca y los materiales educativos destinados a servir todas las finalidades anteriores, y
- g) un aula viva, en el que se adelanten cursos como estos:
- 1.- Cursos periódicos sobre tratamiento de los diferentes materiales de trabajo lo cual supone sencillos pero efectivos laboratorios y equipos.
 - 2.- Cursos periódicos de historia de la cultura popular en la región y en el país.
 - 3.- Cursos sobre la manera de complementar la artesanía y otras industrias vernáculas, especialmente en los relacionado con cajas y empaques de pamjares típicos, tabaquería, etc. Estos cursos suponen reuniones de pequeños industriales y líderes artesanales y,
 - 4.- Cursos de información para maestros y funcionarios sobre su colaboración en el fomento de la artesanía popular.

El aspecto de la artesanía como complementación de otras industrias es uno de los ensayos que con mayor fortuna pueden llevarse a cabo en un medio como el del Huila, en donde muchos productos de la manufactura primaria o del incipiente medio industrial requieren empaque y presentación que los valorios, ya que su circulación o expendio sin este requisito, los hace menos atractivos para el consumidor; en el renglón

de manjares típicos y otros de conservación indefinida, el Huila podría pasar de los mercados locales a los nacionales e internacionales con la comercialización de estos artículos en cajas de madera elaborados con algún primor, que pudieran tener ulterior uso doméstico.

De todos modos, el centro deberá ser un modelo en la promoción de la iniciativa y de la productividad teniendo siempre de presente que lo importante es el objetivo social, económico y cultural y que no persigue simplemente el éxito de una institución en sí misma, sino de logros efectivos en el campo del desarrollo integral de una región en la que el talento y las posibilidades geográficas ya dieron ejemplares manifestaciones de economía y cultura, en los propios días precolombinos, con la admirable civilización agustiniana, en la cual la artesanía huilense podrá encontrar buena parte de su inspiración, ya que no solo se trató de un pueblo de escultores, sino también de artesanos, y ante todo, de un pueblo que comprendió las posibilidades de su medio natural.

E.- ANÁLISIS Y DISEÑO DEL MERCADEO DE LOS PRODUCTOS
ARTESANALES DEL HUILA.

1. - Resumen del estudio de Mercados

Síntesis de la información más importante desarrollada en esta sección del estudio.

2.- Mercado Nacional

2.1. Fuentes principales de demanda.

2.1.1. Análisis global del mercado de Artesanías en Colombia con base en la información existente al respecto. Este análisis buscará delimitar los aspectos de mayor relevancia en el mercado general de artesanías en Colombia con el fin de descubrir aquellos que sean factores positivos en relación al mercadeo de artesanías huilenses, lo cual incluye: segmentación de la demanda por zonas, canales de distribución, productos, precios, etc.

2.1.2. Productos Artesanales del Huila (clasificación de éstos) en el mercado actualmente. Volúmen de ventas por tipo de producto y destino geográfico actual. Interrelación de la demanda global nacional de artesanías con la actual de Artesanías Huilenses.

2.2. Análisis del Producto

(Ver sección III, C)

2.3. Análisis de precios

2.3.1. Estructura de precios en el mercado de artesanías en general para productos de clasificación semejante a los del Huila.

- Precios por Tipo de producto al consumidor
- Márgenes de minoristas
- Márgenes de mayoristas
- Márgenes de cooperativas o centros artesanales
- Precios a nivel productivo - artesano

2.3.2. Precios actuales de las artesanías del Huila a nivel consumidor, mayorista, minorista, y productor artesano.

2.3.3. Con base en el estudio delimitado en las secciones 2.3.1. y 2.3.2., se analizará la situación de precios de los productos actuales y basándose en: 1) Las mejoras a sugerirse en los productos artesanales del Huila a efectuarse a través del " Centro " y 2) De las recomendaciones resultantes en cuanto a los sistemas de distribución, se definiran los márgenes de precios recomendables a cada nivel en la distribución y se relacionará esto con los precios esperados a nivel productor - artesano del Huila.

2.4. Análisis de distribución

2.4.1. Esquema de los canales de distribución existentes

actualmente para los productos artesanales huilenses.

2.4.2. Interrelación de 2.4.1. con otros sistemas de distribución utilizados en Colombia.

2.4.3. Papel del Centro Artesanal dentro del proceso de distribución.

2.4.4. Papel de Artesanías de Colombia como pilar de apoyo en la distribución de los productos artesanales del Huila.

2.4.5. Análisis crítico de los sistemas de distribución, considerando: 1) Amplitud del mercado, 2) Tamaño del mercado, 3) Costo, 4) Efectividad de la distribución 5) Recomendaciones.

3.- Mercado de exportación

Esta sección del estudio deberá tender a definir el potencial de los productos artesanales de la región en los mercados de exportación, mercado cuyas características seguramente serán más exigentes que las del mercado doméstico; por lo consiguiente se analizarán:

3.1. Requisitos del Mercadeo Internacional con respecto a la calidad del producto en relación con sus características actuales y la susceptibilidad de mejora a través del Centro Artesanal.

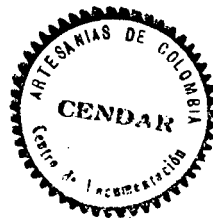
3.2. Escogencia de los productos con mejores perspectivas de introducción a este mercado, considerando aquellos aspectos

que los distinguen.

3.3. Requisitos en cuanto a volúmen.

3.4. Canales de distribución y precios. Función de Artesanías de Colombia.

3.5. Definición del potencial que representa, para las artesanías Huilenses y con relación al centro Artesanal, el mercado de exportación. Implicaciones para el centro.



F.- ANALISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

1.- Requerimientos y Aplicaciones de la inversión

- 1.1. Estimativo del costo total del proyecto discriminado entre activos fijos (edificios, estanterías, material educativo, equipo, etc.) y capital de trabajo. Se examinarán alternativas de índole mayor inversión menores costos operativos y viceversa. Balance inicial y proyectado a cinco (5) años. En esta sección se destacarán las recomendaciones pertinentes acerca de la destinación de los fondos.
- 1.2. Flujos de caja proyectados para la etapa inicial de organización y puesta en marcha del Centro Artesanal.

2.- Estructura de Costos del Centro

- 2.1. Costo de la estructura administrativa de mayor conveniencia y demás costos fijos requeridos.
- 2.2. Discriminación de los costos operativos directos e indirectos del centro itemizados de acuerdo con las actividades ^{que deben} desarrollarse (ej: Educación, promoción, ventas, etc.) y presupuestos a cinco (5) años de acuerdo con el nivel de operación inicial y el crecimiento recomendables.
- 2.3. Sensibilidad de los costos y punto de equilibrio (cero utilidad) para cada nivel de operación.

3.- Estados de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo

Con base en el volúmen de ventas extractado del análisis de mercado y los costos operativos detallados en las secciones F. 1 y F.2, se elaborarán presupuestos a cinco (5) años de pérdidas y ganancias y de flujo de efectivo con el fin de determinar por un lado la viabilidad de operación del centro en forma económicamente independiente de Artesanías de Colombia y por otro, si se esperan pérdidas operativas, cual será el "costo social" anual estimado del Centro Artesanal y sus necesidades de financiación operativa para cada uno de los próximos cinco años.

4.- Análisis de Costo/Beneficio

En todo momento del desarrollo del estudio se buscará la forma en que el Centro Artesanal genere sus propios fondos operativos. No obstante, si el Centro no lograra cubrir todas sus necesidades de fondos operativos, se efectuará un análisis de costo/beneficio para aclarar la conveniencia de incurrir en algunas pérdidas, tomando en cuenta el beneficio social, económico y cultural para la comunidad y el país.

IV.- METODOLOGIA Y TERMINOS DE ELABORACION

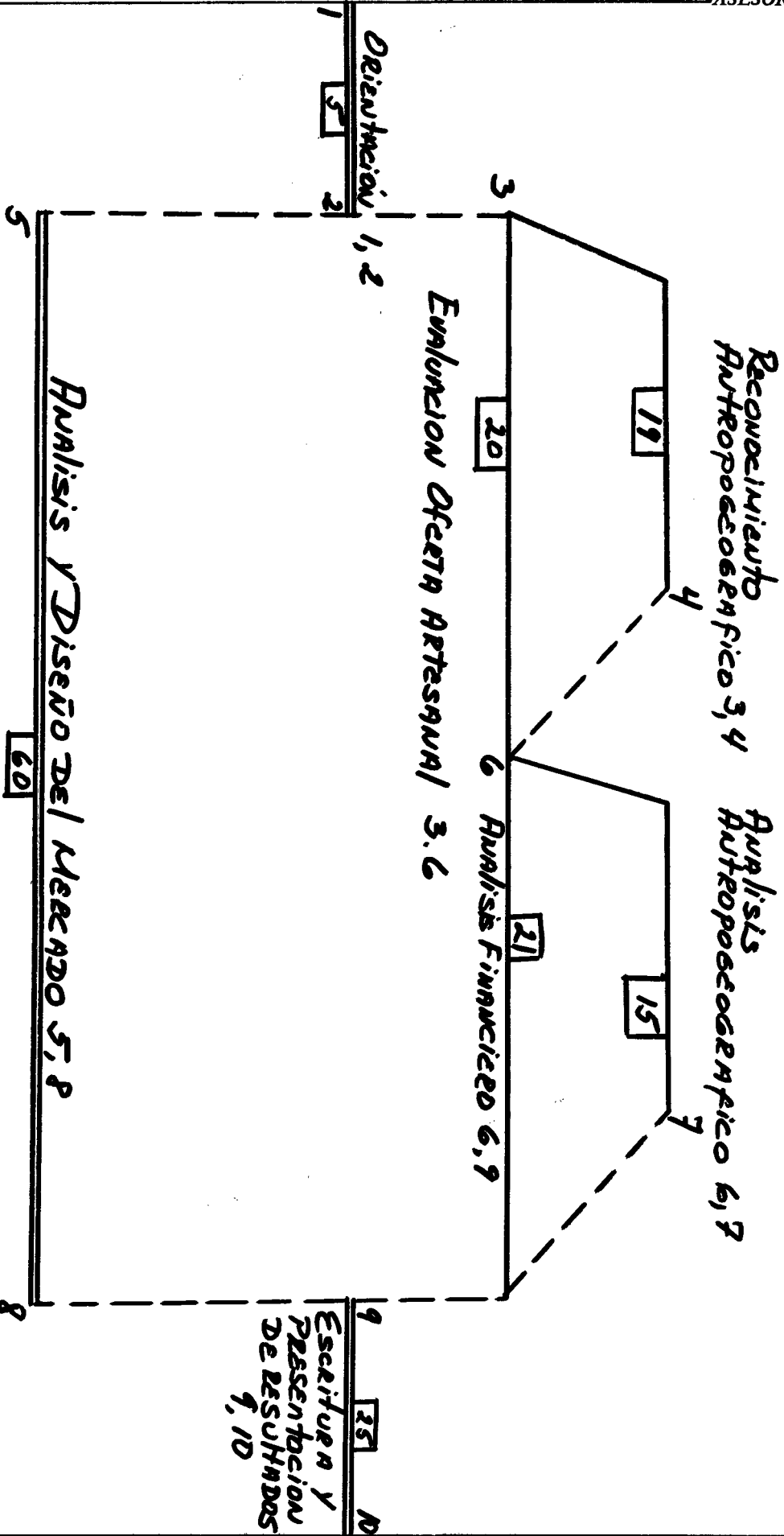
Con base en los términos de referencia, el grupo de profesionales presentados en la sección V procederá a desarrollar las diferentes aspectos de esta propuesta, actuando en estrecha cooperación con los funcionarios competentes de "Artesanías de Colombia".

La duración de la elaboración del estudio será de tres meses, a partir de la fecha en que se firme el correspondiente contrato.

El orden de ejecución del trabajo está consignado en el anexo 1.

- 1.- La recolección de datos fundamentales sobre geografía y producción del departamento se hará directamente con la cooperación de diferentes entidades públicas y privadas.
- 2.- La selección y la crítica de los datos recogidos en los trabajos de los anteriores ordinales darán base a la formulación de los puntos sustantivos del estudio.
- 3.- Los viajes y trabajos de campo por las diferentes zonas del departamento se adelantarán en forma de equipos o grupos como la antropología, la economía y la artesanía.
- 4.- El texto final será redactado en conjunto por los diferentes especialistas.
- 5.- El estudio será complementado e ilustrado con elementos gráficos y de otro orden como fotografías, cuadros y mapas.

ANEXO No. 1



Ruta Crítica = 90 Días

Act Virtual - - - - - Actividad Duración Días hábiles



V.- PERSONAL PROFESIONAL INVOLUCRADO

Puesto que el estudio y proyecto de Centro Artesanal requieren un aporte de capital humano interdisciplinario y una combinación de experiencias diversas, hemos considerado no solo conveniente sino indispensable reunir con la pericia del personal de las firmas Joaquín Piñeros Corpas, abogado y asesor, para efectos de este estudio asociado a la Sra. Cecilia Iregui de Holquín y Asesores Andinos Asociados.

El siguiente grupo de profesionales estará involucrado:

- 1.- Director del Proyecto y Asesor en Artesanías:
Dr. Joaquin Piñeros Corpas
- 2.- Asesora en Artesanías:
Sra. Cecilia Iregui de Holquin
- 3.- Asesora en Antropología y antecedentes histórico-culturales de la Artesanía en Colombia:
Dra. Edith Jiménez de Muñoz
- 4.- Asesores en Mercadotecnia:
Dr. Anibal Palacio Lema
Dr. Camilo Santander Méndez
- 5.- Asesor en Análisis y Planeación Financiera:
Dr. Hernando Jaramillo Mejía
Dr. Jairo Pérez Mesa
- 6.- Asesor en Concepción arquitectónica:
Dr. Carlos Dupuy
- 7.- Experta en materiales gráficos y audiovisuales del estudio:
Sra. Gabriela Samper

Mayor información sobre este personal se presenta a continuación.

JOAQUIN PIÑEROS CORPAS:

Abogado Asesor Jurídico de Empresas.

Miembro de número de las Academias de la Lengua y de la Historia.

Profesor de Sociología en varias universidades.

Medalla de Oro del Instituto de la Cultura.

Medalla de Oro del Ministerio de Educación Nacional.

Gran Cruz de la Orden de San Carlos.

Miembro de número de las sociedades colombiana e internacional de Sociología.

Autor del Cancionero Noble de Colombia, de la Historia Colombiana de la Bandera y del Breviario Colombiano de la Naturaleza.

Representante de Colombia en la Conferencia de "Políticas Culturales" de la UNESCO.

Consultor de la oficina Iberoamericana de Educación.

Profesor de Historia de la Cultura en el Seminario "Andrés Bello" del Instituto Caro y Cuervo.

CECILIA IREGUI DE HOLGUIN :

Presidenta del Consejo Directivo del Patronato Colombiano de Artes y Ciencias.

Fundadora del Centro Artesanal de Fonquetá.

Experta en artesanías y consultora de varias entidades nacionales y extranjeras, promotoras de cultura popular.

EDITH JIMENEZ DE MUÑOZ :

Licenciada y Doctora en Antropología con especialización, (Universidad de Antioquia y San Marcos de Lima), en estudio de las civilizaciones precolombinas de Colombia y Perú.

Colaboradora del Instituto Colombiano de Antropología.

Autora de numerosos trabajos sobre Arte Popular y Artesanías de influjo indígena.

Experta en artesanías y autora, en colaboración con Cecilia Iregui de Holguin, de la investigación sobre los trabajos regionales de Colombia.

(Continúa en la página siguiente)

INFORMACION ACERCA DE ASESORES ANDINOS ASOCIADOS

I. GENERAL

Asesores Andinos Asociados es una firma de investigación y consultoría al servicio del desarrollo futuro de la empresa. Se fundó en el año de 1.969 en Colombia por un grupo de siete profesionales con un alto nivel de preparación académica y experiencia en diversas áreas de investigación y de administración, considerando que unidos podrían prestar un servicio básico a los directores de empresas, tanto en el sector privado como en el público. Los socios y empleados de Asesores Andinos y empresas asociadas nacional e internacionalmente aportan una experiencia invaluable en las áreas pertinentes a la administración de hoy y del futuro.

A nivel macroeconómico el interés de los socios de Asesores Andinos es el de ayudar a la solución de los problemas principales que enfrenta el país, tales como la necesidad imperiosa de incrementar las divisas extranjeras, de disminuir el desempleo nacional, de promover la integración regional y de utilizar mejor los recursos existentes en el país.

A nivel práctico se cree que estos objetivos se logran actuando a través del fortalecimiento de las instituciones y empresas en cuyas

manos radica el poder de cambio y es por esto que Asesores Andinos presta su asistencia a los administradores de éstas.

Para cumplir su labor eficazmente, estos altos ejecutivos necesitan contar con información completa, veraz y relevante, y con el análisis objetivo de esta información, lo cual les permita tomar las decisiones que, por su importancia, puedan afectar el futuro de la institución dentro de un ambiente dinámico e incierto. Estas decisiones pueden ser de índole externa (tal como potencial, mercados locales, mercados de exportación, estrategia de desarrollo, competencia, financiación, etc.) e interna (v. gr.: sistemas de planeación y control, organización personal, producción y demás). Asesores Andinos está en capacidad de brindar el apoyo que necesita el gerente.

II. SERVICIOS OFRECIDOS.

Asesores Andinos Asociados está dividido en tres grupos operativos:

- 1) ASESORIA GERENCIAL
- 2) ESTUDIOS E INVESTIGACIONES
- 3) EDUCACION ADMINISTRATIVA
- 4) DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

1. GRUPO DE ASESORIA GERENCIAL

Este grupo, tal como su nombre lo indica, presta asesoría a las gerencias de empresas o entidades gubernamentales en los campos de :

a) mercados, b) finanzas, c) sistemas de control, d) producción, e) desarrollo organizacional, f) sistemas de información, g) planeación y estrategia, h) asistencia en adquisiciones y uniones de compañías. Se le da interés especial al desarrollo internacional de las empresas domésticas.

2. GRUPO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES.

Este grupo está en capacidad de llevar a cabo investigaciones.

nes sistemáticas y completas en proyectos tales como:

- a) Estudios generales y específicos ya sea en industria, turismo o integración económica.
- b) Estudios de prefactibilidad y factibilidad técnico - económica de inversiones.
- c) Estudios de Mercado.

Estos estudios se dividen en ciertas áreas fundamentales. La primera de éstas es la investigación del desempeño global del mercado, que se subdivide en la definición del potencial del mercado, en la participación del producto en el mercado y en los análisis y pronósticos de ventas.

La segunda área es la investigación de productos, la cual cobra mayor importancia a medida que se encuentra mayor competencia en el mercado. La investigación tiende a definir qué productos o líneas de productos deben ofrecerse, añadirse, o eliminarse. Además, este tipo de investigación analiza qué características debe poseer el producto para lograr una mayor participación en el mercado.

Otras áreas muy importantes son las de distribución e investigación de precios. La primera de ellas trata sobre el contenido, los medios y la efectividad de la propaganda, e incluye los aspectos de presupuestación, venta personal, etc. También analiza los canales y métodos de distribución, además de los inventarios y ubicación de centros de producción. La segunda analiza las políticas de precios y su influencia sobre el volumen de ventas.

3. GRUPO DE EDUCACION ADMINISTRATIVA

Este grupo está compuesto por todos los miembros de la compañía y su función es el desarrollo del personal administrativo de empresas a través de seminarios, que utilizan las técnicas de la enseñanza.

Seminarios típicos que han efectuado los socios de Asesores Andinos Asociados, incluyen: Política Empresarial, Mercadeo, Comercialización Internacional, Control de Inventarios y Política Financiera.

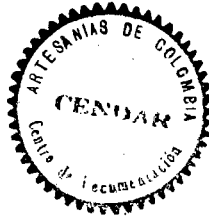
4. DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Para complementar el ciclo de servicios de consultoría especializada, Asesores Andinos está en capacidad de ofrecer ayuda pro

fesional en el campo de DESARROLLO ORGANIZACIONAL. El aporte de la compañía a las empresas tanto privadas como del sector público será significativo en esta área a través del desarrollo de sistemas que controlen efectivamente el costo de mano de obra, de acuerdo a la situación real de cada empresa y a sus objetivos a mediano y largo plazo. Específicamente, nuestros profesionales pueden elaborar para las empresas los programas más avanzados, a saber: 1.- Planes de compensación y salarios a nivel ejecutivo donde existe la mayor inversión por hombre y planes para niveles subalternos que por su volumen tienden al incremento de obligaciones económicas por nómina básica y prestaciones sociales. 2.- Planes de evaluación de la efectividad del grupo ejecutivo identificando el aporte individual de cada uno de los directores al éxito de las operaciones de la empresa. 3.- Análisis, diagnóstico y desarrollo de alternativas en la estructura orgánica de las empresas para aliviar y mejorar las comunicaciones internas y externas de éstas, campo que con frecuencia afecta directamente el desempeño económico de la empresa. 4.- Desarrollo de inventarios de habilidades y talentos existentes dentro de la empresa para asegurar la correcta asignación de funciones y la adecuada proyección de las necesidades de personal según los objetivos establecidos. 5.- Identificación de la filosofía gerencial en las relaciones laborales y su compromiso

con la comunidad.

Seminarios Típicos incluyen: Desarrollo Organizacional, Gerencia por objetivos, comunicaciones internas, administración de salarios.



III. PERSONAL DE ASESORES ANDINOS ASOCIADOS.

SOCIOS :

JOSE RAMON DE LA TORRE

Estudios:

Ingeniería, Pennsylvania State University, M.B.A., Pennsylvania State University.

Doctorado en Administración de Empresas (Candidato en Harvard Graduate School of Business Administration).

Experiencia Profesional:

Asistente de Investigaciones: Pennsylvania State University. Asistente de Investigaciones: Harvard Business School. Profesor de Administración: Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), Managua. Becado de International Fullbright y Latin American Teaching Fellowships. Profesor de Administración: Programa de Post-Grado de Administración Industrial, Universidad del Valle. Socio de Asesores Andinos. Asociados. Consultor del Banco Interamericano de Desarrollo.

ARTURO INFANTE VILLARREAL

Estudios :

Programa para especialistas en desarrollo organizacional en Bethel (Maine) auspiciado por el National Training Laboratory. Ingeniería Industrial, Universidad Industrial de Santander. Master of Science en Ingeniería Industrial, Pennsylvania State University PH. D. en Ingeniería Industrial (Economic Engineering Systems), Stanford University.

Experiencia Profesional:

Profesor Facultad de Ingeniería - Depto. Ing. Industrial-Universidad de los Andes. (1967 - hasta la fecha)
Profesor Programa "Alta Gerencia" U. de los Andes (1967 hasta la fecha)
Profesor en varios programas de INCOLDA en Bogotá, Cali y Bucaramanga.

Miembro del Comité Académico del Programa "Operación Desarrollo" (1968 - hasta la fecha).

Miembro del Comité Académico de la Universidad de los Andes (1969 hasta la fecha).

Jefe Dpto. Ingeniería Industrial - Universidad de los Andes (1967-1968).

Director Programa "Alta Gerencia" Universidad de los Andes (1967-hasta la fecha).

Director Desarrollo Financiero-Universidad de los Andes
(1968-hasta la fecha)

Director Ejecutivo Asociación de Amigos de la Universi -
dad de los Andes. (1969 - hasta la fecha).

Miembro Principal Junta Directiva de Hilandería Bogotá
S. A., (1969-hasta la fecha).

Miembro Principal Junta Directiva de Metalúrtica de Bo-
yacá (1969-hasta la fecha).

Consultant en el Standford Research Institute (SRI) Ca -
lifornia (1966-1967).

Consultor de :

Fábrica de Envases Rok S. A. - Bogotá, (1967-1969)

Compañía Colombiana de Seguros (1968-1969).

Hilandería Bogotá S. A. (1968-1969)

ICASA - (1968)

Planta de Soda de Cartagena - (1968)

Compañía de Seguros Bolívar - (Curso Especial ofrecido
en 1969)

Ecopetrol - (Programa de Desarrollo Organizacional -en
progreso).

ALBERTO LEON BETANCOURT

Estudios :

Ingeniería Civil, Universidad Nacional. Master of Science in Engineering, University of Michigan. PH. D. (Inv. de Operaciones y Sistemas), University of Michigan.

Experiencia Profesional:

Posiciones técnicas y administrativas: Sideico Ltda. Asistente de Investigación: Metal Health Research Institute. Computadores y procesos de aprendizaje, Profesor del curso IE-572 Optimización General de Sistemas: Departamento de Ingeniería Industrial, University of Michigan. Ingeniero Investigador Post-graduado: Space Sciences Laboratory, Universidad de California. Profesor de la Universidad de California: Curso B. A. 194 y B.A. 292. Asociado en Investigación: Sloan School of Management, M. I. T. (Project MAC). Profesor de Post-Grado de Administración Industrial, Profesor de Ingeniería: Universidad del Valle. Decano División de Ingeniería: Universidad del Valle. Socio de Asesores Andinos Asociados.

Consultoría:

Computadores y el Sistema Nervioso, Modelas Matemáticos de Aprendizaje: University of Michigan. Estudios de factibilidad y período inicial de organización: Corporación Autónoma Regional (CAR).

ANIBAL PALACIO LEMA

Estudios:

Ingeniería Industrial: Universidad Industrial de Santander.
Estudios de Post-grado en Mercadeo Stanford University (Aus-
piciado por la Fundación Ford). Programa de comercialización
Internacional: O. E. A. y Fondo de Promo-
ción de Exportaciones.

Experiencia Profesional:

Director Ejecutivo: Incolda (Bucaramanga). Miembro del Comi-
té Promotor de la Corporación Financiera de Santander. Profe-
sor de Mercadeo Internacional: Universidad del Valle. Asesor
de Empresa. Socio de Asesores Andinos Asociados.

CAMILO SANTANDER MENDEZ

Estudios :

Ingeniería Industrial: Universidad de los Andes. Ingeniería Industrial
Universidad de Stanford, California. International Teachers Program
Harvard University. M. B. A.: Harvard Graduate Scholl of Business Adm
nistration. Programa Comercialización Internacional: O. E. A. y Fondo
de Promoción de Exportaciones.

Experiencia Profesional:

Profesor de Administración y Negocios Multinacionales: Programa Post-
Graduado en Administración Industrial Universidad del Valle. Ingenie-
ro industrial: Philco-Ford, California. Ingeniero Industrial: Kaiser
Aluminium. Consultor Asociado: Adeltec. Gerente Asesores Andinos A-
sociados. Socio de Asesores Andinos Asociados.

EZRA SOLOMON

Estudios:

PH. D. en Administración de Negocios: Universidad de Chicago.

Experiencia Profesional:

Profesor de Finanzas: Universidad de Chicago y Stanford University.

Profesor visitante: M. I. T., University of North Carolina, ISIDA (Italia), Universidad del Valle, Programa Operación Desarrollo (Bogotá). Consultor de diversas empresas. Consultor del Gobierno Australiano. Editor: Columbia Journal of World Business. Consultor Editor en Finanzas: Prentice Hall. Miembro Junta Directiva: Universidad de Stanford. Dean Witter Professor of Finance: Universidad de Stanford. Director Journal of Finance. Autor: "The Management of Corporate Capital", "The Theory of Financial Management". Socio de Asesores Andinos Asociados.

HENRY VILLA NAVARRO

Estudios:

Ingeniería Industrial: Georgia Institute of Technology. M.B.A.:
Harvard Graduate School of Business Administration. Programa de Co-
mercialización Internacional: O.E.A. y Fondo de Promoción de Expor -
taciones. Programa sobre Colombia y la Integración de América Lati -
na: INTAL.

Experiencia Profesional:

Ingeniero Asistente: Georgia Power Company. Plneación Empresarial:
Celanese Fibers Company. Mercadeo y Sistemas W.R. Grace. Director:
Recursos S. A. Director y Profesor del área de Política de Negocios:
Programa de Post-Grado Administración Industrial, Universidad del Va
lle. Miembro Junta Directiva: COVIAJES. Director de la División de Es
tudios Económicos y Financieros: Avianca. Presidente Junta Directiva
Asesores Andinos Asociados. Socio de Asesores Andinos Asociados.

PROFESIONALES :

ROBERTO BOTERO RAMIREZ

Estudios :

Economía: Saint Francisco College B.B.A. Curso de Post-Grado en New York University.

Experiencia Profesional:

Intercol: Jefe de Personal y Director Revista Esso Noticias; Ecopetrol, Barrancabermeja: Jefe de Compensación y Salarios; Celanese Colombiana S. A.; Director de Relaciones Industriales - Organización y Evaluación de Programas; First National City Bank, Gerente de Personal - Elaboración y Evaluación del Programa de Gerencia por objetivos; Planeación y ejecución de programas de desarrollo ejecutivo. Instructor de Cursos sobre Administración Salarial, Comunicaciones y Evaluación del Grupo Ejecutivo. Negociador Principal en los pliegos de peticiones de Celanese de Colombia S. A. y First National City Bank.

HERNANDO JARAMILLO MEJIA

Estudios:

Ingeniero Químico Universidad Pontificia Bolivariana.
Máster en Administración Industrial: Universidad del Valle; Programa Extensión en Administración de Negocios: Maryland University.

Experiencia Profesional:

Gerente de Fábrica: Fundiciones Técnicas S. A.

Consultor:

Industrias Metalúrgicas de Palmira. Industrias Norte Cau-
canas.

JAIRO PEREZ, MESA

Estudios:

Curso de Comercialización Internacional: O.E.A. y Fondo de Promoción de Exportaciones. Economista: Universidad de Antioquia.

Experiencia Profesional:

Director del Programa de Desarrollo de Altos Ejecutivos de la Organización Corona, (Medellín). Consultor de Empresas. Coordinador Regional III Congreso Nacional de Exportadores: Medellín.
Fundador y Director del Departamento de Comercio Exterior: Facultad de Economía, Universidad de Antioquia. Profesor de Comercialización Internacional, Contabilidad, Demografía y Desarrollo Económico: Universidad de Antioquia.

EFREM SIGEL

Estudios:

B.A.: Harvard College. Master en Administración de Empresas:
Harvard University.

Experiencia Profesional:

Consultor: Arthur D. Little and Co. Escritor de casos: Harvard
Business School Journal. Editor: Harvard Crimson.

IV - EMPRESAS ASOCIADAS.

Con el fin de estar en condiciones de ofrecer un servicio más completo, Asesores Andinos Asociados ha establecido contactos con las siguientes compañías:

En Colombia:

Compañía Colombiana de Sistemas (COLSISTEMAS): Empresa especializada en técnicas de sistematización.

En el Exterior :

Solarian Corporation: Consultoría e Investigación en Centro América.

Consultpac: Consultoría e Investigación en Ecuador:

F. Jurgensen: Consultoría e Investigación en Chile.

V - CLIENTES TIPICOS

Industrias Rok

Intercol

Marplan Research

Billares Champion

Banco de la República, Fondo Promoción de Exportaciones

Compañía Promotora Centro Computo de la Costa

Adela Administration and Services for the Caribbean.

