

**ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA DETERMINAR LA
VIABILIDAD DE LA IMPORTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS (VIDRIO
FLOTADO Y PERFILES DE ALUMINIO) PARA ETALUM LTDA EN LA CIUDAD
DE BUCARAMANGA**

**GABRIEL REY MANJARRES YURI
ANDREA VARELA NUNCIRA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERIA FACULTAD
DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2012**

**ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA DETERMINAR LA
VIABILIDAD DE LA IMPORTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS (VIDRIO
FLOTADO Y PERFILES DE ALUMINIO) PARA ETALUM LTDA EN LA CIUDAD
DE BUCARAMANGA**

**GABRIEL REY MANJARRES YURI
ANDREA VARELA NUNCIRA**

Trabajo de grado para optar al título de ingeniero Industrial

**Director:
NAZLY TRIANA
Profesional en Negocios Internacionales**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERIA FACULTAD
DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2012**

Nota de aceptación:

Jurado

Jurado

Bucaramanga, Septiembre 4 de 2012

AGRADECIMIENTOS

Nuestros agradecimientos van dirigidos a:

Dios, por su ayuda para alcanzar nuestros objetivos.

Nuestros padres por su incondicional apoyo, motivación y colaboración en nuestros estudios.

La empresa ETALUM LTDA por suministrarnos toda la información necesaria para desarrollar el proyecto.

Nazly Triana, Docente de la facultad de ingeniería industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana y directora de nuestro trabajo de grado, por su apoyo en todo el proceso y valiosa orientación.

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	13
RESUMEN	16
INTRODUCCIÓN	17
GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	19
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	19
EMPLEADOS	20
UBICACIÓN.....	20
MISIÓN	20
VISIÓN	20
POLÍTICA	20
INFRAESTRUCTURA	21
ORGANIGRAMA	22
CADENA DE SUMINISTRO	23
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	24
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	24
ANTECEDENTES	27
JUSTIFICACIÓN	30
OBJETIVOS.....	32
OBJETIVO GENERAL.....	32
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	32
MARCO TEÓRICO	33
DECRETO 2685 de 1999	33
TERMINOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL	33
MODALIDAD DE IMPORTACIÓN	35
□ UBICACIÓN DE LA SUBPARTIDA ARANCELARIA:.....	35
□ REGISTRO COMO IMPORTADOR:.....	36
□ ESTUDIO DE MERCADO:.....	36
□ IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO:.....	36
□ PROCEDIMIENTO CAMBIARIO EN LAS IMPORTACIONES:	38

□ OTROS TRÁMITES:	38
MICHAEL PORTER 5 FUERZAS DE LA COMPETITIVIDAD	40
VENTAJA COMPETITIVA	42
METODOLOGÍA	44
1. DIAGNOSTICO DE PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	44
1.1 DEMANDA	44
1.1.1 Demanda de Vidrio Flotado	46
1.1.2 Demanda de Aluminio	46
1.2 PLAN ESTRATÉGICO	47
1.2.1 Requerimientos de materias primas	49
2. PROVEEDORES NACIONALES VIDRIO FLOTADO Y ALUMINIO	53
2.1 PROVEEDORES NACIONALES	54
2.1.1 Mercado nacional del Aluminio	55
2.1.2 Mercado nacional de Vidrio Flotado	56
2.2 MERCADO INTERNACIONAL DE ALUMINIO Y VIDRIO FLOTADO	59
2.2.1 Mercado internacional del Aluminio	59
2.2.1.1 Producción de Aluminio	59
2.2.1.2 Producción de Aluminio 2009	63
2.2.1.4 Evolución de precios	64
2.2.1.5 Extrusión del Aluminio	66
2.2.1.5.1 El proceso de extrusión	67
2.2.1.5.2 Selección País proveedor de perfiles de Aluminio	69
2.2.2 Mercado internacional del Vidrio Flotado	74
2.2.2.1 Producción de Vidrio Flotado en el mundo	75
3. PAÍS PROVEEDOR DE ALUMINIO Y VIDRIO FLOTADO: CHINA	79
3.1. GENERALIDADES DE CHINA	79
3.2. CULTURA	80
3.2.1 Cultura de negocios	81
3.3 ACUERDOS BILATERALES CHINA-COLOMBIA	83
3.3.1 Posible TLC con China	86
3.4 ECONOMÍA	88

3.4.1 Integración de China en el mercado mundial.....	89
3.4.2 China y América Latina.....	90
3.4.3 Balanza comercial China – Colombia	91
3.4.4 Comercio Exterior	92
3.4.5 Logística y Transporte	90
4. SELECCIÓN PROVEEDOR EN CHINA DE ALUMINIO Y VIDRIO FLOTADO..	96
4.1 PROVEEDOR DE ALUMINIO	99
4.1.1 Capacidad de la empresa	101
4.1.1.1 Capacidad Comercial.....	101
4.1.1.2 Capacidad de Producción	101
4.1.2 Control de Calidad	102
4.1.3 Investigación y Desarrollo	102
4.1.4 Productos.....	102
4.2 PROVEEDOR DE VIDRIO FLOTADO.....	105
4.2.1 Información de la empresa	105
4.2.2 Certificaciones	107
4.2.3 Exhibiciones.....	108
5. PROCESO DE IMPORTACIÓN IMPLEMENTADO	110
6. COSTOS DE IMPORTACIÓN.....	113
6.1 COSTOS DE IMPORTACIÓN DE VIDRIO FLOTADO	113
6.1.1 Costos de importación de vidrio flotado claro de 4 mm	114
6.1.2 Costo de importación de vidrio flotado claro de 5 mm	115
6.1.3 Costo de importación de vidrio flotado azul de 4mm	116
6.1.4 costo de importación de vidrio flotado azul de 6mm	117
6.2 COSTOS DE IMPORTACIÓN DE PERFILES DE ALUMINIO	119
7. COSTO DE IMPORTACIÓN VS PRECIOS DE MATERIAS PRIMAS A PROVEEDORES NACIONALES	120
7.1 COMPARACIÓN DE PRECIOS PARA VIDRIO FLOTADO.....	120
7.2 COMPARACIÓN DE PRECIOS PARA PERFILES DE ALUMINIO	122
CONCLUSIONES	126
RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFÍA.....	129

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama.....	22
Figura 2. Cadena de suministro	23
Figura 3. Esquema de la extrusión directa.....	66
Figura 4. Principio de la extrusión.....	67
Figura 5. Principales productos de GALuminium Group Co., Ltda.....	102
Figura 6. Certificaciones AEON GLASS	107
Figura 7. Certificado ISO9001-2000 AEON GLASS	108
Figura 8. Stand de AEON GLASS	109

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Contratos de ETALUM LTDA en Marzo de 2012	45
Cuadro 2. Priorización de Obras por fecha para primera entrega.....	50
Cuadro 3. Requisitos básicos a cumplir para clasificar como proveedor de ETALUM LTDA.	53
Cuadro 4. Proveedores de Aluminio de ETALUM LTDA.....	55
Cuadro 5. Proveedores de vidrio flotado de ETALUM LTDA	56

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Demanda de vidrio flotado para los contratos a Marzo de 2012.	46
Tabla 2. Demanda de Aluminio para contratos a Marzo de 2012	47
Tabla 3. Cantidad de vidrio flotado necesario para la primera entrega de cada obra.	51
Tabla 4. Cantidad de perfiles de aluminio necesarios para la primera entrega de cada obra.	52
Tabla 5. Producción, exportaciones e importaciones de Aluminio en el mundo	61
Tabla 6. Ranking de países productores de Aluminio 2010	62
2.2.1.3 Producción de Aluminio 2010	63
Tabla 8. Ponderación selección país proveedor	73
Tabla 9. Producción global de vidrio flotado para Sector Construcción:	75
Tabla 10. Producción global de vidrio flotado para Sector Automotriz:	76
Tabla 11. Coyuntura Económica de China 2011	88
Tabla 12. Crecimiento del PIB de China	88
Tabla 13. Indicadores Económicos China	89
Tabla 14. Información posibles empresas proveedoras de Aluminio en China	97
Tabla 15. Selección empresa proveedora de Aluminio	98
Tabla 16. Información proveedor Aluminio	100
Tabla 17. Información Comercial Galuminium Group Co., Ltda	101
Tabla 18. Capacidad productiva de GALuminium Group Co., Ltd.	101
Tabla 19. Información posibles proveedores de vidrio flotado en China	103
Tabla 20. Selección empresa proveedora de vidrio flotado	104
Tabla 21. Información de contacto	106
Tabla 22. Costos de importación vidrio flotado claro de 4mm	114
Tabla 23. Costo de importación de vidrio flotado claro de 5mm	115
Tabla 24. Costos de importación de vidrio flotado azul de 4mm	116
Tabla 25. Costo de importación de vidrio flotado azul de 6mm	117
Tabla 26. Información resumen de precios Aeon Glass Ltd	118
Tabla 27. Costo importación perfiles de aluminio	119
Tabla 28. Comparación de precios vidrio flotado	120
Tabla 29. Comparación precios sin iva de perfiles de Aluminio Chinos y Nacionales	123
Tabla 30. Cotización perfiles de aluminio con precios nacionales	125

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Precios aluminio	65
Gráfico 2. Demanda mundial de vidrio flotado	76
Gráfico 3. PIB de China	88
Gráfico 4. Comparación de precios* nacionales con China	121
Gráfico 5. Comparación precios de perfiles de Aluminio Chinos y nacionales.....	123

LISTA DE ANEXOS

Pág.

ANEXO A. PODER DE ETALUM LTDA PARA AGENTE ADUANERO	133
ANEXO B. COTIZACIÓN (CONDICIONES DE COMPRA) VIDRIO CLARO DE 4MM	135
ANEXO C. COTIZACIÓN (CONDICIONES DE COMPRA) VIDRIO FLOTADO ..	136
ANEXO D. PROFORMA IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM	137
ANEXO E. PROFORMA IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 5MM.....	138
ANEXO F. PROFORMA IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL	139
ANEXO G. DECLARACIÓN ANDINA IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM.....	140
ANEXO H. DECLARACIÓN ANDINA VIDRIO CLARO 5MM	141
ANEXO I. DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM	142
ANEXO J. DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 5MM	143
ANEXO K. DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL.....	144
ANEXO L. LISTA DE EMPAQUE VIDRIO CLARO 4MM	145
ANEXO M. LISTA DE EMPAQUE VIDRIO CLARO 5MM	146
ANEXO N. LISTA DE EMPAQUE VIDRIO AZUL.....	147
ANEXO O. DOCUMENTO DE TRANSPORTE IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM	148
ANEXO P. DOCUMENTO DE TRANSPORTE IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 5MM	149
ANEXO Q. DOCUMENTO DE TRANSPORTE IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL ..	150
ANEXO R. FLETE MARÍTIMO IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM	151
ANEXO S. RECIBO DE SEGURO IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM	152
ANEXO T. CUENTA DE COBRO INTERMEDIACIÓN IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM.....	153
ANEXO U. CUENTA DE COBRO INTERMEDIACIÓN IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 5MM.....	154
ANEXO V. FLETE MARÍTIMO IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL	155
ANEXO W. CUENTA DE COBRO AGENTE ADUANERO IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL.....	156
ANEXO X. PROFORMA IMPORTACIÓN DE PERFILES DE ALUMINIO	157

GLOSARIO¹

AGENCIAS DE ADUANAS: son las personas jurídicas cuyo objeto social principal es el ejercicio del agenciamiento aduanero, para lo cual deben obtener autorización por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

También se consideran agencias de aduanas, los Almacenes Generales de Depósito sometidos al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria, cuando ejerzan la actividad de agenciamiento aduanero, respecto de las mercancías consignadas o endosadas a su nombre en el documento de transporte, que hubieren obtenido la autorización para el ejercicio de dicha actividad por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, sin que se requiera constituir una nueva sociedad dedicada a ese único fin.

AGENCIAMIENTO ADUANERO: es actividad de naturaleza mercantil y de servicio, orientada a garantizar que los usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios cumplan con las normas legales existentes en materia de importación, exportación y tránsito aduanero y cualquier operación o procedimiento aduanero inherente a dichas actividades.

ARANCEL: es el impuesto que grava la importación de bienes al territorio aduanero nacional.

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA: asignación del código de la posición o subpartida arancelaria a la mercancía que va a ser importada o exportada. La codificación arancelaria se encuentra en el Arancel de aduanas.

CONTENEDOR: es un recipiente consistente en una gran caja con puertas o paneles laterales desmontables, normalmente provistos de dispositivos (ganchos, anillos, soportes, ruedas) para facilitar la manipulación y estiba a bordo de un medio de transporte, utilizado para el transporte de mercancías sin cambio de embalaje desde el punto de partida hasta el punto de llegada, cuya capacidad no sea inferior a un metro cúbico.

¹ DIAN. GLOSARIO DE TÉRMINOS EN MATERIA ADUANERA [en línea] Disponible en : <http://www.dian.gov.co/dian/12SobreD.nsf/fc22bc5cf1ab7bfa05257030005c2805/9f4e3c1d5887205c0525767b0068fc4e?OpenDocument> [consultado el 16 de Julio de 2012]

DECLARACIÓN ANDINA DE VALOR: es un documento soporte de la declaración de importación y se encuentra previsto en el formulario No. 560 de la DIAN. En ella se consignan toda la información técnica respecto a las condiciones y circunstancias de la operación comercial que da lugar a la importación de la mercancía, que sirven para determinar el valor aduanero de la misma.

DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN: Es el documento mediante el cual se informa a la DIAN todos los datos relativos a la mercancía a importar, la llegada al territorio aduanero y se liquidan los tributos aduaneros y se solicita el levante a efectos de la nacionalización de la misma.

IMPORTADOR: Es la persona que realiza la importación, es decir el ingreso de bienes de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional, o por cuya cuenta se efectúa la importación. El importador es el obligado a declarar la importación.

INCOTERMS: es la sigla (por el nombre en inglés) que corresponde a Reglas Internacionales para la Interpretación de Términos Mercantiles, y establecen las obligaciones del vendedor y comprador en los contratos internacionales de compraventa, en cuanto a las condiciones de entrega de las mercancías. Están estructurados en cuatro (4) grupos principales: E: modalidad de salida; F: modalidad de salida sin pago de transporte principal; C: modalidad de salida con pago de transporte principal; D: modalidad de llegada.

INSPECCIÓN ADUANERA: Es la actuación realizada por la autoridad aduanera, con el fin de determinar la naturaleza, origen, estado, cantidad, valor, clasificación arancelaria, tributos aduaneros, régimen aduanero y tratamiento tributario aplicable a una mercancía.

LEVANTE: es el acto de la autoridad aduanera por medio del cual autoriza al interesado la disposición de la mercancía extranjera que ingresa al país, dado el cumplimiento de los requisitos exigidos para su importación o porque se ha otorgado a favor de la Nación una garantía de cumplimiento cuando las normas así lo exijan.

TRIBUTOS ADUANEROS: Es el término que reúne dos conceptos derechos de aduanas y el impuesto sobre las ventas o IVA. En el concepto de derecho de aduana se incluyen todos los impuestos, gravámenes, tasas, y cualquier pago que

se exija, independientemente de la denominación que se le dé, por la importación de bienes al territorio aduanero nacional.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA IMPORTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS (VIDRIO FLOTADO Y PERFILES DE ALUMINIO) PARA ETALUM LTDA EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

AUTOR(ES): Yuri Andrea Varela Nuncira
Gabriel Rey Manjarres

FACULTAD: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): Nazly Triana

RESUMEN

En ETALUM LTDA, dedicada a la fabricación de ventanería en aluminio, se han presentado problemas con los proveedores de materias primas. Incumplimientos en los tiempos de entrega pactados en las cotizaciones, deficiencias de calidad y precios altos, son los principales inconvenientes. No hay proveedor nacional que logre satisfacer de manera idónea los requerimientos y exigencias de la empresa. La gerente de la empresa plantea como estrategia realizar un estudio de mercado internacional, para encontrar proveedores nuevos, que cumplan con los requisitos de calidad y tiempo de entrega, y ofrezcan mejores precios que los nacionales. Se recopiló información sobre los proveedores nacionales, con el fin de tener un cuadro que mostrara las características de lo ofrecido por los mismos. Se realizó búsqueda de información histórica sobre la producción y exportaciones de aluminio y vidrio flotado en el mundo. Para seleccionar el país proveedor se evaluaron características económicas, demog

ráficas, comercio, logística y políticas. El país seleccionado fue China. Posteriormente por medio de un intermediario Juan Fernando Monsalve profesional en negocios internacionales, que trabaja en el país seleccionado, se buscaron posibles empresas proveedoras, la elección es el resultado de la ponderación de capacidad productiva, exportaciones, calidad, precio, principales mercado, entre otros. Teniendo las empresas de perfiles de aluminio y vidrio flotado seleccionadas, ETALUM LTDA les solicitó una cotización para conocer las condiciones de compra, precios y tiempo de despacho. Posteriormente se realizan los cálculos de los costos incurridos en el proceso de importación, tomando como base el precio Free On Board + flete marítimo + seguro de la mercancía. Estos costos se compararon con los precios ofrecidos en la actualidad por los proveedores nacionales, lo cual demostró que evidentemente la importación ofrece mayor ventaja económica para la empresa.

PALABRAS CLAVES: Importación, Perfiles de Aluminio, Vidrio Flotado, China, Ventaja Competitiva.

GENERAL SUMMARY OF THE GRADE

TITLE: INTERNATIONAL MARKET RESEARCH TO DETERMINE THE FEASIBILITY OF IMPORTS OF RAW MATERIALS (float glass and aluminum profiles) FOR ETALUM Ltd in the city of Bucaramanga

AUTHOR(S): Yuri Andrea Varela Nuncira
Gabriel Rey Manjarres **FACULTY:**

Faculty of Industrial Engineering **DIRECTOR:**

Nazly Triana

ABSTRACT

ETALUM LTDA, companies dedicated to manufacture of aluminum window frames, there have been problems with raw material suppliers. Failure to meet agreed delivery times in prices, poor quality and high prices are the main drawbacks. No provider that obtains appropriate ways to meet the requirements and demands of the company. The manager of the company suggest a study strategy of international market, to find new suppliers, that meet the requirements of quality and delivery time, and offer with better prices than national. Information was collected on domestic suppliers in order to have a table showing the features offered by them. Search was conducted of historical information about the production and exports of aluminum and float glass in the world. To select the provider country evaluated economic, demographic, trade, logistics and policies. The selected country was China. Later through an intermediary Juan Fernando Monsalve international business professional who works in the country selected potential suppliers were sought, the choice is the result of balancing production capacity, export, quality, price, market leading, among other . Taking the aluminum companies and selected float glass, ETALUM LTDA asked a quote for conditions of purchase, price and delivery time. Later calculations are made for costs incurred in the import process, based on Free On Board price + freight + insurance of the goods. These costs were compared with the prices currently offered by domestic suppliers, which clearly showed that import offers greater economic advantage for the company

KEYWORDS: Importation, Aluminum Profiles, Float Glass, China, Competitive Advantage.

INTRODUCCIÓN

El estudio de viabilidad de importación de perfiles de aluminio y vidrio flotado tiene como fin estimar las ventajas en calidad y precios, que puedan ofrecer nuevos proveedores, mejorar el tiempo de abastecimiento de materias primas a la planta de producción y aumentar la competitividad de la empresa.

ETALUM LTDA no tiene proveedores que logren satisfacer sus necesidades de manera apropiada. Se han presentado en repetidas ocasiones prórrogas en las entregas de materias primas, de aproximadamente 15 días, retrasando la producción de la empresa, adicional a esto, los precios presentan inflación sin justificación. Los problemas mencionados se originan principalmente porque, para el caso de los perfiles de aluminio, existe monopolio en el país para este mercado, lo que genera que las empresas tengan autonomía para fijar precios y el poder en el momento de negociar con los clientes; para el caso del vidrio flotado, el inconveniente es que en Colombia no hay producción del mismo, éste es comercializado por distribuidores autorizados de empresas extranjeras o por importadores independientes, lo que genera dos problemas, precios altos y poca oferta.

Frente a los inconvenientes mencionados, la Gerente de la empresa, Laura Inés Rey, considera necesario encontrar nuevos proveedores, por lo que se sugiere realizar el estudio de mercado internacional.

Se busca información sobre los principales productores y exportadores en el mundo de Aluminio y vidrio flotado, con el fin de seleccionar el país que represente mayores ventajas frente a los otros y a los proveedores actuales de la empresa. Se ponderan características relevantes de cada país, como volumen de producción, exportaciones con destino Colombia, acuerdos bilaterales, entre otros.

Una vez seleccionado el país exportador, se busca información sobre empresas que cumplan las expectativas de ETALUM LTDA, y se escoge la mejor opción, teniendo en cuenta la calidad ofrecida, los precios, principales mercados en el mundo que abastecen, tiempos de despacho, términos de negociación, etc.

La empresa seleccionada debe enviar una cotización donde presente las condiciones de compra, los términos de negociación, empaque, precios y fecha de envío de las materias primas a Colombia.

Se realizarán los cálculos de costos a los que se incurren realizando la importación y se comparan con los precios actuales que ofrecen los proveedores nacionales, hallar la diferencia entre estos, para justificar si es viable o no la operación.

Toda la información recolectada se presenta a la gerente de la empresa Laura Inés Rey, ella analizará y decidirá la implementación de la importación en su empresa.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ventanería en aluminio, fundada en Septiembre de 1993. Sus principales productos son:

- Puerta – Ventana
- Ventanas
- Puertas empivotadas
- Fachadas flotantes
- Divisiones de baño en vidrio templado y acrílico
- Puertas envisagradas, para viviendas

ETALUM LTDA cuenta con el sistema de aseguramiento de la calidad para todos sus procesos, bajo la norma ISO 9001 versión 2.000 otorgada por la entidad SGS Colombia S.A.

La empresa es proveedor de obras en Bucaramanga, Barranquilla, Cali, Cartagena y Bogotá, a su vez ofrece el servicio de transporte terrestre, camiones de capacidad para 3 toneladas cada uno, desde la planta de producción ubicada en Girón Santander, hasta el lugar de la obra, brindando seguridad y cumplimiento en los tiempos de entrega de los productos.

Los principales clientes de ETALUM LTDA son:

- Marval S.A
- Espazio Constructora
- Apirios LTDA Constructora
- Amarilo
- Colpatría

EMPLEADOS

Número total de empleados: 72

Director administrativo: 1
Auxiliar administrativo: 2
Supervisor de producción y despachos: 1
Coordinador de producción: 2
Coordinador de obra: 2

Coordinador nacional de obras: 1
Secretaria: 1
Auxiliar contable: 1
Contador: 1
Revisor fiscal: 1
Operarios: 25
Instaladores: 30
Conductores: 3

UBICACIÓN

La planta de producción y las oficinas de ETALUM LTDA. se encuentran ubicadas en el Parque Industrial II etapa, con una planta física de 3000 mts²

MISIÓN

Dar a nuestros clientes la seguridad de que recibirán productos terminados e instalados, de acuerdo con los estándares pactados; contribuyendo al cumplimiento de su presupuesto tanto monetario, como de tiempo, por medio de un grupo de trabajo honesto, que reconoce el valor del trabajo en equipo como medida importante para el logro de la meta institucional.

VISIÓN

Para el año 2015, la empresa tendrá una mayor participación en el mercado y estará altamente posicionada a nivel nacional por su cumplimiento y excelente calidad de sus servicios, haciendo que sus clientes actuales y los potenciales, se sientan seguros que el trabajo encomendado será el que reciban en el tiempo pactado.

POLÍTICA

Proveer carpintería en aluminio para el sector de la construcción en general, para lo cual contamos con un equipo humano altamente capacitado y comprometido con la organización, con una infraestructura adecuada y tecnificada, y operando dentro de un marco de mejoramiento continuo.

Nuestra organización se distingue por el cumplimiento oportuno en las entregas pactadas y el asesoramiento a nuestros clientes sobre la optimización de los

recursos. De esta manera buscamos asegurar nuestro posicionamiento rentabilidad y crecimiento.

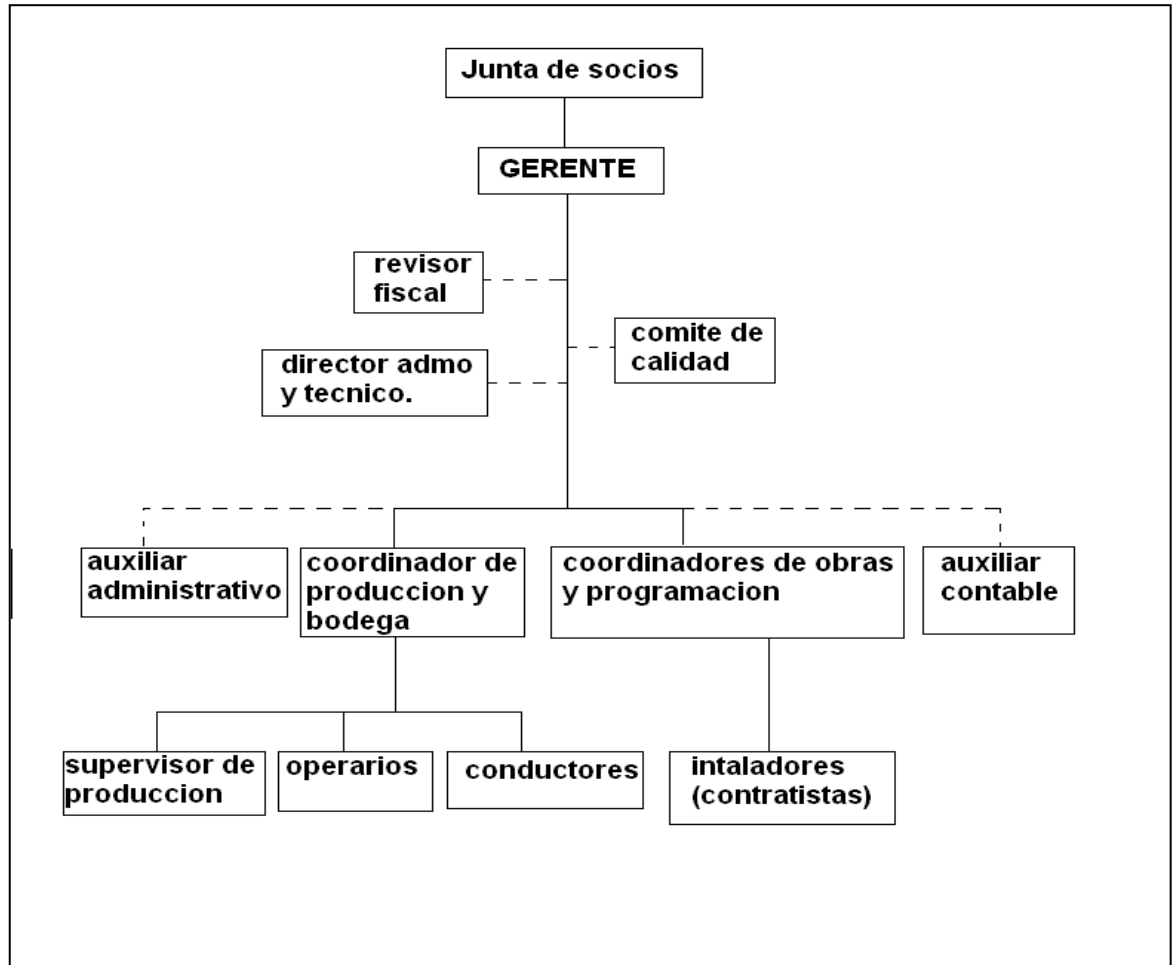
INFRAESTRUCTURA

ETALUM LTDA tiene equipos y maquinarias de tecnología de punta requeridas para la elaboración de sus productos los cuales permiten garantizar que estos cumplen con los estándares de calidad requeridos por los clientes. Para el desarrollo de sus actividades, la empresa cuenta con las siguientes instalaciones:

- Un área de producción con la siguiente maquinaria: Cortadoras de vidrio y aluminio, troqueladoras, taladros eléctricos, remachadoras, destornilladores, equipo y horno de pintura electroestática.
- 2 stands: uno para el almacenamiento de materia prima y otro para el almacenamiento de producto terminado.
- Oficinas para la administración, contabilidad, producción, postventa y calidad.

ORGANIGRAMA

Figura 1. Organigrama



Fuente: ETALUM LTDA

CADENA DE SUMINISTRO

Figura 2. Cadena de suministro



Fuente: Entrevista con el Gerente de ETALUM LTDA (Laura Inés Rey Villamizar)

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“La aplicación del aluminio en la construcción representa el mercado más grande de la industria del aluminio. Millares de casas lo emplean en puertas, cerraduras, ventanas, pantallas, boquillas y canales de desagüe. Es también uno de los productos más importantes en la construcción industrial.

En los automóviles, el aluminio aparece en interiores y exteriores como molduras, parrillas, llantas (rines), acondicionadores de aire, transmisiones automáticas y algunos radiadores, bloques de motor y paneles de carrocería. Se encuentra también en carrocerías, transporte rápido sobre rieles, ruedas formadas para camiones, vagones, contenedores de carga y señales de carretera, división de carriles y alumbrado.

En las aplicaciones eléctricas, los alambres y cables de aluminio son los productos principales. Se encuentra en el hogar en forma de utensilios de cocina, papel de aluminio, herramientas, aparatos portátiles, acondicionadores de aire, congeladores, refrigeradores, y en equipo deportivo como esquís y raquetas de tenis.”²

“La amplia gama de aplicaciones del vidrio ha hecho que se desarrollen numerosos tipos distintos. Se hace un moldeado del vidrio para darle formas variadas: **Vidrio plano:** Este vidrio plano producido en grandes planchas, es a su vez materia prima para diferentes manufacturas: Vidrios *de construcciones*: acristalamientos sencillos, vidrio aislante y vidrios con tratamientos de superficie para darles diferentes capacidades de absorción y reflexión de la luz; *Vidrios para acristalamiento de vehículos*; **Vidrio**

² LENNTECH WATER TREATMENT SOLUTIONS. ALUMINIO [En línea] disponible en <http://www.lenntech.es/periodica/elementos/al.htm#ixzz1n5Ad9AfV> [citado 22 Febrero 2012]

decorativo (mesas, espejos, etc.). *Vidrio hueco*: Botellas, Tarros, Frascos, Otras aplicaciones artísticas o decorativas.”³

Las características físicas y mecánicas del vidrio y aluminio los ubican como unos de los más importantes materiales usados en diversos sectores, convirtiéndose en materias primas indispensables para una gran cantidad de productos generados por muchas empresas, lo que hace que su demanda tienda a aumentar.

Actualmente la industria del aluminio en Colombia se encuentra manipulada por pocas empresas (oligopolio) y es importante resaltar que el producto nacional no abastece las necesidades del mercado ni en cantidad ni en calidad.⁴

Para el caso del vidrio flotado, en Colombia no existe producción de vidrio flotado (que es el vidrio utilizado en la producción de ventanería para construcción). Existen distribuidores autorizados, por ejemplo: Vidrio Guardián, Peldar Ltda. y Vitelsa S.A., que desarrollan el proceso de importación (intermediarios) lo cual genera mayor costo del mismo.

Según entrevista realizada el día 30 de Enero 2012 a la Gerente de la empresa la Sra. Laura Inés Rey Villamizar, se diagnosticaron los siguientes problemas con las materias primas:

- Pocos proveedores, oferta insuficiente, lo que limita la producción de la empresa. Actualmente ETALUM LTDA cuenta con dos proveedores de aluminio, (“Grupo Alúmina” y “Aceros y Aluminios”), estas empresas tienen el control del mercado nacional y ejercen cierto tipo de “poder de negociación” en la empresa, no mantienen los precios, realizan incrementos mensuales, y el precio en el mercado internacional está muy por debajo de los precios ofrecidos por las mismas.
- Incumplimiento en fechas de entrega, retrasando el proceso de producción. Las empresas proveedoras hacen entregas aproximadamente 40 días después de realizado el pedido. Últimamente estos tiempos aumentan sin explicación alguna y hacen entregas parciales, no completas, lo que genera

³ Los vidrios, vidrios decorativos. [En línea]. Disponible en; <http://acabadosdeconstruccion-vidrios.blogspot.com/> [citado 22 febrero 2012]

⁴ Importadores de aluminio niegan competencia desleal. En: El nuevo siglo. [En línea] Noviembre 7, 2011 Disponible en: <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/11-2011-importadores-de-aluminio-niegan-competencia-desleal.html> [citado 1 Marzo 2012]

retrasos en la producción. Lo anterior conlleva a mala imagen de la empresa frente a los clientes.

- Baja calidad, afectando directamente el producto terminado y satisfacción del cliente.
- Costos altos, lo cual hace que aumente el precio del producto final y el valor percibido por el cliente sea menor. Disminuyendo la competitividad de la empresa.

A partir de esto, es pertinente realizar un estudio de mercadeo internacional, para analizar la viabilidad de importar, con el propósito de satisfacer la demanda de materias primas de la empresa ETALUM LTDA y mejorar tiempos de respuesta y satisfacción del cliente.

ANTECEDENTES

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determinó imponer derechos antidumping de manera provisional contra las importaciones de laminados de aluminio. La decisión fue adoptada por el Gobierno Nacional para proteger a la industria nacional de la competencia desleal que se viene presentando con productos provenientes de la China y de una empresa venezolana. La medida rige durante cuatro meses, mientras se adopta una decisión final, explicó el Ministerio. De esta forma, el Gobierno Nacional responde a la petición interpuesta por Aluminio Nacional S.A. Alúmina; Aluminio Reynolds Santo Domingo y la Empresa Metalmecánica de Aluminio EMMA S.A., representativas de la rama de la producción nacional. Con esta medida se busca que los importadores vendan sus productos en Colombia a precios de mercado, corrigiendo el daño causado vía discriminación de precios, al tiempo que permite dirigir el derecho antidumping exclusivamente a las importaciones subvaluadas, con lo que las mercancías que ingresan al país a precios justos no sufrirán ninguna sanción. Los derechos antidumping provisionales regirán hasta por cuatro meses de acuerdo con la decisión adoptada por el Ministerio de Comercio.

La medida aplica a las importaciones de perfiles extruidos de aluminio originarios de la República Popular China y de una empresa venezolana; y laminados de aluminio, originarios de China.⁵

En declaraciones a EL NUEVO SIGLO, el representante del gremio de los empresarios e importadores de aluminio Carlos Zuluaga manifestó que lo que debe tener en cuenta el Gobierno es que la importación de estos productos de China le ha permitido al país beneficiarse de una mejor calidad y de unos menores precios. “Hace 7 años los colombianos pagaban el doble y más del precio internacional de este producto, pero gracias a la libre competencia y a las buenas prácticas de nuevos importadores y comercializadores nacionales, hoy pagan un precio justo, pues el producto se importa bajo los precios internacionales del London Metal Exchange y no con el precio abusivo de unas pocas empresas”,

⁵ Ministerio Comercio impuso medidas antidumping provisionales contra importación de aluminio. En: Caracol Noticias. [En línea], Noviembre 10, 2011 Disponible en: <http://www.caracol.com.co/noticias/economia/mincomercio-impuso-medidas-antidumping-provisionales-contra-importacion-de-aluminio/20111110/nota/1576109.aspx>[citado 1 Marzo 2012]

sostuvo.

La posibilidad de que las disputas de productores e importadores hagan que el precio del aluminio se dispare, afectaría a miles de fabricantes de puertas, ventanas, divisiones modulares, iluminación, carrocerías, refrigeración, aire acondicionado y avisos, quienes se verían obligados a comprar el producto de inferior calidad y a mayor costo. Además, esto dejaría sin mercado a muchos exportadores colombianos que usan el aluminio como materia prima. “De aplicar esta medida, el Gobierno estaría beneficiando a un solo grupo económico y permitiendo viejas prácticas monopolísticas de precios abusivos que dominaron el mercado nacional por más de 35 años” Zuluaga Carlos

También los importadores y comercializadores de aluminio, que generan más de 2.000 empleos directos, se verían abocados a cerrar los negocios frente al monopolio que se le daría al Grupo Alúmina. Es importante resaltar que el producto nacional no abastece las necesidades del mercado ni en cantidad ni en calidad, menos aún si se aplica este tipo de medidas. Los empresarios le piden al Gobierno tener en cuenta que un aumento del valor del aluminio influirá directamente en los precios de la construcción y un incremento de muchos productos, lo que podría encarecer el valor de las viviendas y afectar la locomotora de la construcción.

De igual manera, el gremio le pidió al Ministerio de Comercio Exterior determinar las posibles medidas retaliatorias que podría tomar China frente al carbón, flores, gas o petróleo, entre otros productos que se exportan de Colombia a ese mercado, en respuesta a las medidas antidumping que tome el Gobierno nacional. Zuluaga resalto que “el precio FOB por kilo promedio de las exportaciones de perfiles de aluminio realizadas por el Grupo Alúmina es de 4,111 dólares, llegando en algunos años a precios promedio inferiores a los 4,00/kilo. No es entendible, como ese Grupo pretende comparar o comprobar un supuesto dumping, con un precio superior a los 7.00 dólares/kilo, si ellos nunca van a exportar a este nivel de precios”.⁶

Por su parte la empresa ETALUM LTDA nunca ha realizado importación, ni estudios para importar (no hay antecedentes dentro de la empresa respecto al

⁶ Importadores de aluminio niegan competencia desleal. En: El nuevo siglo. Op. Cit.,

tema), y en el año 2011 surgió el interés de importar aluminio, vidrio y accesorios para la producción. Por lo anterior, la Gerente Laura Inés Rey Villamizar genera la propuesta de realizar el estudio de viabilidad de la misma.

JUSTIFICACIÓN

En Colombia la producción y comercialización del aluminio es un mercado dominado por un reducido número de productores y/o distribuidores: 1. Grupo Alúmina, el cual está conformado por Aluminio Nacional Alúmina (Cali) y Empresa Metalmecánica de Aluminio (EMA- Medellín), 2. Aluminios de Colombia, 3. C.I Energía Solar, 4. Aceros y Aluminios Compañía.

Estas empresas representan el 90% de la producción nacional.⁷

Hace 7 años los colombianos pagaban el doble y más del precio internacional de este producto, pero gracias a la libre competencia y a las buenas prácticas de nuevos importadores y comercializadores nacionales, hoy se puede pagar un precio justo, pues el producto se importa bajo los precios internacionales de London Metal Exchange y no con el precio abusivo de pocas empresas (...) El mercado del aluminio demanda aproximadamente 35.000 toneladas y la industria nacional solo produce 25.000 toneladas al año.⁸ (Zuluaga 2012)

Por otra parte, el mercado del vidrio flotado, es totalmente nulo en el país, la única vía de adquisición es por medio de empresas distribuidoras.

Por lo anterior, y por petición de la gerente de ETALUM LTDA Laura Inés Rey Villamizar, quien en una entrevista (realizada el día 30 de Enero 2012) considera importante plantear la importación como alternativa de solución, a la problemática de los proveedores de materias primas, debido a que la empresa ha tenido un gran crecimiento en los últimos años y ha aumentado su participación en grandes proyectos de construcción nacionales.

Es conveniente desarrollar un estudio de viabilidad y análisis detallado de la importación, estudiando nuevos mercados internacionales, no solo que logren satisfacer los requerimientos y estándares de calidad de la empresa, sino que

⁷ China también afecta industria de aluminio. En: El Colombiano. [en línea] 15 Septiembre de 2011. Disponible en:

http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/C/china_tambien_afecta_industria_de_aluminio/china_tambien_afecta_industria_de_aluminio.asp [citado 2 Marzo 2012].

⁸ ZULUAGA Carlos (2012). Representante del gremio de los importadores de aluminio. Revista Nuevo siglo.

represente mayores beneficios frente al mercado nacional, incentivando el crecimiento continuo de la empresa y aumenten su competitividad.

El fin de la estrategia de la empresa con el estudio de mercado internacional es posicionamiento en la industria, tal que sus capacidades provean la mejor defensiva respecto a las fuerzas determinantes de la competencia, las cinco fuerzas de Porter, y lograr ventaja competitiva. Si la empresa obtiene materias primas de mejor calidad y precio, se aleja de la amenaza de productos sustitutos y obtendrá liderazgo de costos; con el estudio de nuevos mercados, se ampliarán las opciones de compra de materia prima lo que significa que la empresa se defiende de la amenaza del poder de negociación de los proveedores, de su dominio en el manejo de precios, el nivel de calidad y servicio.⁹

Las empresas productoras de aluminio se encuentran ubicadas en Antioquia, Valle del Cauca y Cundinamarca, generando empleo y aportando al desarrollo en esas regiones del país. Para ETALUM LTDA la importación generará crecimiento de la economía y aumento de la productividad de Santander, y generación de empleo, mejorando la calidad de vida de las personas Santandereanas, disminuyendo la tasa de pobreza en el departamento y aportando al cumplimiento del Plan de Desarrollo Departamental.

⁹ PORTER, Michael E., Estrategia competitiva. España: Pirámide, 2010, 400p.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de la importación de materias primas tales como perfiles de aluminio y vidrio flotado, para la empresa ETALUM LTDA, con el propósito de lograr mejor posicionamiento en el sector ventanero, generando ventaja competitiva en el mismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar Diagnostico de la planeación de la producción para conocer las cantidades de materias primas necesarias a importar satisfaciendo los requerimientos de la empresa ETALUM LTDA. en un periodo determinado.
- Analizar los países productores potenciales y exportadores de aluminio y vidrio flotado.
- Elegir el País que promete mayores beneficios.
- Seleccionar el proveedor óptimo que cumpla con los requerimientos de costos, tiempo de entrega y calidad.
- Realizar análisis comparativo de costos de la operación de importación y la compra de materias primas actual de la empresa.

MARCO TEÓRICO

DECRETO 2685 de 1999¹⁰

El Gobierno Nacional está comprometido con las políticas que permitan fortalecer la inserción de la economía colombiana en los mercados internacionales, facilitando y agilizando las operaciones de comercio exterior.

Que con el propósito de brindar transparencia, claridad y certeza a los usuarios del comercio exterior, las operaciones aduaneras deben armonizarse y simplificarse a través de una legislación que las recoja en su integridad y consulte las tendencias legislativas internacionales.

Que para el efecto y en cumplimiento de nuestra Carta Política, en la elaboración del presente Decreto se atendieron las Leyes Marco en materia aduanera y de comercio exterior y los convenios internacionales; y se consultó la legislación comparada y las propuestas del sector privado, para garantizar un equilibrio entre el fortalecimiento del control, la fiscalización aduanera y la eficiente prestación del servicio. *Ver decreto 2685 de 1999. Disponible en www.secretariasenado.gov.co*

TERMINOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL¹¹

- FOB. (FREE ON BOARD - FRANCO A BORDO): Significa que el vendedor ha cumplido con sus obligaciones contractuales cuando la mercancía haya pasado la borda del buque en el puerto de embarque designado. Este término, impone al vendedor la obligación de cumplir por su cuenta con los trámites aduaneros respectivos, y solo puede ser utilizado en el transporte fluvial y marítimo.

Cuando en transporte marítimo especializado y por razones especiales, como el transporte en contenedores o en buques ro/ro no tiene sentido el concepto de "cruzar la borda", es preferible utilizar el término **FCA**.

¹⁰ SECRETARÍA DE SENADO. DECRETO 2685 DE 1999 [En línea] Diciembre 1999. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto/1999/decreto_2685_1999.html[citado 24Febrero2012]

¹¹ REDCOO COOMEVA. Términos de compraventa internacional. [En línea]. Disponible en: www.redcoo.coomeva.com.co/archivos/red/guiadeimportacion.doc [citado el 24 Febrero 2012]

- **FCA. (FREE CARRIER - FRANCO TRANSPORTISTA):** Este término significa, que el vendedor cumple con su obligación contractual, una vez que le haya entregado los bienes al transportador designado por el comprador, en el lugar designado, habiendo cumplido con las formalidades de Aduana. Si el vendedor debe obtener o contratar el transporte, el vendedor actúa por cuenta y riesgo del comprador.
- **CFR. (COST AND FREIGHT - COSTO Y FLETE):** Significa que el vendedor debe asumir los costos y los fletes necesarios para colocar la mercancía en el puerto de destino designado, aunque solo asume la responsabilidad hasta el momento en que la mercancía cruce la borda del buque.

Casos adicionales que se ocasionen como resultado de un hecho, del cual el vendedor no es responsable, serán por cuenta del comprador. El vendedor debe asumir los trámites de exportación

- **CIF. (COST, INSURANCE AND FREIGHT - COSTO, SEGURO Y FLETES):** Término de negociación internacional que significa que el vendedor en adición a las obligaciones que asume bajo el término **CFR**, debe contratar un seguro contra los riesgos mínimos del transporte marítimo y cubrir la correspondiente prima. Son igualmente de su cuenta los trámites de aduana.

Este término solo es utilizable en el transporte fluvial y marítimo. Igualmente como en otros casos, solo tiene exacta aplicación, cuando el concepto de "cruzar la borda" (en donde transfiere el riesgo al comprador) tenga significado y sea práctico. En todos los demás casos es preferible utilizar el término **CIP**.

- **CPT. (CARRIAGE PAID TO - TRANSPORTE PAGADO HASTA):** Significa que el vendedor debe pagar los fletes hasta el punto designado de destino. El riesgo por daños o pérdidas, se transfiere al comprador, desde el momento en que el vendedor haya entregado la mercancía al transportador. El vendedor asume los costos de los trámites aduaneros de exportación. En el evento de varios transportadores (transporte combinado), el riesgo se transfiere en el momento de ser entregada la mercancía al primer

transportador. Este término se puede utilizar en cualquier tipo de transporte, incluyendo el multimodal.

- **CIP. (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO - TRANSPORTE Y SEGUROS PAGADOS HASTA):** El vendedor en adición a las obligaciones correspondientes al término **CPT**, debe obtener cobertura de seguro de transporte hasta el destino y pagar la prima correspondiente. El vendedor se obliga a adquirir la mínima cobertura de seguro para este tipo de transporte previsto. Igualmente, el riesgo del transporte es del comprador. El vendedor debe asumir el costo el trámite de Aduana de exportación. Este término puede ser utilizado para cualquier tipo de transporte.

MODALIDAD DE IMPORTACIÓN¹²

Definición contempla el Decreto 1909 de 1.992 y sus modificaciones.

IMPORTACIÓN ORDINARIA

Es la introducción de mercancía procedente del extranjero o de zona franca colombiana, al territorio nacional para permanecer en él indefinidamente y en libre disposición, cancelando previamente los tributos aduaneros del caso, y cumpliendo con el procedimiento legal previsto para el efecto.

Pasos a seguir para importar en Colombia¹³:

- **UBICACIÓN DE LA SUBPARTIDA ARANCELARIA:**

Para localizar la subpartida arancelaria de su producto, usted debe consultar el arancel de aduanas, Decreto 4927 de 2011. (Es importante aclarar que la DIAN es el único ente oficial autorizado para determinar la clasificación arancelaria, según el Decreto 2685/99 Art.236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN –

¹² Ibíd.,

¹³ MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. [En línea] Cómo importar en Colombia? Disponible en: <https://www.mincomercio.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268> [citado 24 febrero de 2012]

División de arancel. Tel. 6-079999 Ext. 2128/2129. Costo: Medio Salario Mínimo Legal Mensual, por producto).

- **REGISTRO COMO IMPORTADOR:**

Registro como importador ante la Cámara de Comercio. El Gobierno Nacional ha expedido el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Minhacienda, por el cual se reglamenta el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye como el nuevo y único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de importación, se debe tramitar el registro especificando esta actividad (casilla 54 y 55).

- **ESTUDIO DE MERCADO:**

Realice un estudio de mercado y de factibilidad económica de la importación, analizando entre otros aspectos: precio del producto en el mercado internacional, costos de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos a que hubiere lugar.

- **IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO:**

Verifique la subpartida arancelaria del producto a importar para saber los tributos aduaneros (gravamen arancelario e impuesto sobre las ventas, IVA) y demás requisitos para su importación.

Consulte el Arancel de Aduanas para verificar si el producto a importar está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como ICA, INVIMA, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente, Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Ingeominas, entre otras. En caso de que su producto no esté sujeto a ningún requisito previo no se requiere la autorización de registro de importación.

Si su actividad es el comercio de bienes debe estar inscrito en la Cámara de Comercio y solicitar el Registro Único Tributario (RUT), en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, para solicitar el Número de Identificación

Tributaria NIT, en Bogotá en la Calle 75 # 15-43 (Personas Naturales) o en la Carrera 6 # 15-32 (Personas Jurídicas).

- **TRAMITE ANTE EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO: en caso de requerirse Registro de Importación:**

Conforme a lo dispuesto en el Artículo 2º del Decreto 3803 de 2006, “El registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo será obligatorio exclusivamente para las importaciones de bienes de libre importación que requieran requisito, permiso o autorización.”

Este procedimiento se hace únicamente por medio electrónico a través de la página web: www.vuce.gov.co

- Para Importación de bienes cuyo valor sea Mayor a USD1.000:

- Se debe adquirir Certificado o Firma Digital ante www.certicamara.com y/o www.gse.com.co, luego entrar a www.vuce.gov.co por el link: Registro de Usuarios y obtener su usuario y contraseña.

El registro de usuarios ante la VUCE se debe hacer conforme lo dispuesto en la Circular N°. 018 del 7 de Junio de 2011.

- Ingresar a www.vuce.gov.co por el link: Ayuda / Importaciones y allí descargar los programas y manuales de uso.
- Diligenciar el Registro de Importación en línea en www.vuce.gov.co, ingresando por el módulo de Importaciones, se debe realizar el correspondiente pago vía electrónica. El valor del Registro de Importación por cada 1800 caracteres es de \$30.000.

NOTA: El Importador que utilice Agencia de Aduanas o Apoderado Especial para diligenciar el registro de importación, deberá otorgar poder autenticado ante notario público y enviárselo a esta empresa o persona para que lo registre ante la VUCE, conforme a lo dispuesto en la Circular 018 de 2011 y de esa forma el sistema lo habilita, para tramitar los registros de importación, sus modificaciones y cancelaciones.

Para aquellas empresas o personas que tengan firma digital y quieran llevar base de datos de los registros realizados, pueden adquirir el aplicativo VUCE en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que facilitará la transferencia de datos, por el valor fijado en la Circular Externa 001 de 2012 y las que las que se publiquen y modifiquen al principio de cada año, mediante la cual se actualizan los valores respecto a salarios mínimos mensuales legales vigentes.

- **PROCEDIMIENTO CAMBIARIO EN LAS IMPORTACIONES:**

El Régimen Cambiario establece la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario DECLARACIÓN DE CAMBIO No.1

- **OTROS TRÁMITES:**

Verifique los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga y a la cual se podrá dar indicación sobre el Depósito de Aduanas, en el que se desea que se almacene la mercancía mientras se nacionaliza.

- **PROCESO DE NACIONALIZACIÓN:**

Una vez se encuentre la mercancía en Colombia en el Depósito Aduanero, se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación y demás documentos, esto cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie o identificación o cantidad.

Si el valor de la Importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA. Este es un documento soporte de la Declaración de Importación, el cual determina el valor en Aduanas (Base para el pago de los Tributos Aduaneros) de las mercancías objeto de Importación y especifica los gastos causados en dicha operación.

La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario e IVA), se hace a través de la DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN, el pago de estos impuestos se realiza ante los intermediarios financieros, en las aduanas en donde opera el Sistema Informático Siglo XXI, los formularios se hacen por medio electrónico.

Según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99) podrán actuar directamente ante la DIAN:

- Las personas Jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes actuarán de manera personal y directa a través de su representante legal o apoderado.
- Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes deberán actuar de manera personal y directa.
- Los viajeros en los despachos de sus equipajes.

NOTA: Cuando se trate de importaciones cuyos montos sean superiores a mil dólares americanos (USD1.000), se debe contratar los servicios de una AGENCIA DE ADUANAS, para que realice este proceso.

Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la Aduana respectiva, y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:

- | | |
|---|---|
| I. Factura comercial | II. Lista de Empaque |
| III. Registro o Licencia de Importación, si se requiere. | IV. Certificado de Origen (Según el producto y el origen) |
| V. Declaración de Importación. | VI. Documento de Transporte (Guía Aérea – Conocimiento de Embarque) |
| VII. Declaración Andina del Valor en Aduana, Si se requiere | VIII. Otros certificados o vistos buenos, si se requieren. |

El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o si se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso, podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero, en el segundo caso el inspector de la DIAN verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante.

MICHAEL PORTER 5 FUERZAS DE LA COMPETITIVIDAD¹⁴

- Planteamiento de Competitividad Michael Porter: Plantea un modelo para determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado a largo plazo, por medio de la evaluación de sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competitividad. Desarrolla el modelo del diamante de competitividad que relaciona las cuatro fuentes de ventajas competitivas que se derivan de la ubicación de las empresas, sectores y sus interrelaciones.

Las cinco fuerzas: El poder colectivo de las cinco fuerzas determina la capacidad de beneficio de un sector. Éste puede ser intenso en algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existen rentabilidades elevadas. El fin de la estrategia de una empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores: un competidor que accede por primera vez a un sector trae consigo nuevas capacidades, un deseo de adquirir una porción del mercado y en algunas ocasiones ciertos recursos sustanciales. Las empresas nuevas que quieren entrar a un sector enfrentan ciertos obstáculos que pueden dificultar el desarrollo de este proceso, entre estos se tienen los siguientes:

¹⁴ RAMÍREZ, Germán. Universidad de la Sabana [En Línea] Disponible en: sabanet.unisabana.edu.co
http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:3aaAY1fTLUJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0,5 [Citado 24 Febrero de 2012]

- a) Economías de escala: estas economías obligan a que las empresas entren al sector con instalaciones a gran escala para poder estar al nivel de sus competidores en cuanto a costos.
- b) Diferenciación del producto: la creación de una marca es un obstáculo, ya que obliga a quien pretenda entrar a un sector a gastar mucho dinero para poder vencer la lealtad de los clientes hacia una marca que ya se encuentra en el mercado.
- c) Necesidades de capital: la necesidad de invertir un volumen elevado de recursos financieros es un gran obstáculo, ya que hay gastos no recuperables de publicidad inicial o de investigación y desarrollo..

El poder de proveedores y compradores: los proveedores tienen cierto nivel de negociación sobre un sector ya que pueden usar diferentes herramientas como el aumento de precios o la reducción de calidad, del mismo modo los compradores pueden hacer que los precios bajen y exigir mayor calidad en los productos, lo que genera un choque entre todos los participantes de un sector que termina por reducir los beneficios del sector a nivel global.

El punto importante para una empresa es llegar a encontrar proveedores o clientes que tengan poca capacidad de influir adversamente en las decisiones de este.

Productos sustitutos: los productos sustitutos limitan las posibilidades de un sector, debido a que generan un techo a los precios de venta que el sector pueda fijar. Los productos sustitutos que requieren mayor atención desde el punto de vista estratégico son los que manifiesten una tendencia favorable en la relación calidad-precio o los que son fabricados por sectores que obtiene beneficios mayores al sector en cuestión.

Lucha por una posición en el mercado: los competidores de un sector manifiestan una rivalidad que generalmente se ve reflejada en un posicionamiento dentro del sector utilizando diversas tácticas como la competencia de precios, introducción de nuevos productos o programas de publicidad.

VENTAJA COMPETITIVA¹⁵

De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión. Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

Tipos básicos de ventaja competitiva:

1. Liderazgo por costos (bajo costo)

2. Diferenciación

Ambos tipos de estrategia pueden ser acercados o estrechados más ampliamente, lo cual resulta en la tercera estrategia competitiva viable:

3. Enfoque

Liderazgo por Costos

- Lograr el Liderazgo por costo significa que una firma se establece como el productor de más bajo costo en su industria.
- Un líder de costos debe lograr paridad, o por lo menos proximidad, en bases a diferenciación, aun cuando confía en el liderazgo de costos para consolidar su ventaja competitiva.
- Si más de una compañía intenta alcanzar el Liderazgo por costos al mismo tiempo, este es generalmente desastroso.
- Logrado a menudo a través de economías a escala.

Diferenciación

¹⁵ PORTER, Michael. Competitive Strategy [En línea]. Disponible en: <http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf> [citado 24 Febrero 2012]

- Lograr diferenciación significa que una firma intenta ser única en su industria en algunas dimensiones que son apreciadas extensamente por los compradores.
- Un diferenciador no puede ignorar su posición de costo. En todas las áreas que no afecten su diferenciación debe intentar disminuir costos; en el área de la diferenciación, los costos deben ser menores que la percepción de precio adicional que pagan los compradores por las características diferenciales.
- Las áreas de la diferenciación pueden ser: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio, imagen, etc.

Enfoque

- Lograr el enfoque significa que una firma fijó ser la mejor en un segmento o grupo de segmentos.
- Dos variantes: Enfoque por costos y Enfoque por diferenciación.

METODOLOGÍA

1. DIAGNOSTICO DE PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Para la planeación de la producción se emplea un software, en el cual esta especificado cada tipo de producto ofrecido por la empresa, aproximadamente más de 100 diseños, al mismo tiempo, las variables necesarias para la elaboración de cada producto, como: referencia, medida de área donde se instala, acabados (anodizado, crudo o pintado), accesorios, empaque, silicona, tornillería.

Cuando las constructoras solicitan una cotización a la empresa, el Jefe de producción, ingresa en el software los datos de cada variable, para cada producto demandado, posteriormente éste realiza explosión de materiales, es decir, arroja las cantidades de materias primas necesarias para la producción de dicha cotización. Por lo anterior, se conoce con certeza los requerimientos de materias primas necesarias.

1.1 DEMANDA

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago"¹⁶

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como "el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas"¹⁷

A continuación se presenta la información arrojada por el software de la demanda de materias primas para la empresa en el mes de Marzo.

ETALUM LTDA firma contratos con las constructoras, para obras tanto en la ciudad de Bucaramanga, como a nivel nacional, Cartagena, Barranquilla, Bogotá y

¹⁶ KOTLER, Philip. Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio. Dirección de Marketing, Edición del Milenio, Prentice Hall, Pág. 10.

¹⁷ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 87

Cali. En los contratos están las especificaciones de productos, cantidades que solicita la constructora y las fechas estipuladas para entregas.

En promedio, después de 6 meses de firmado el contrato la empresa empieza a hacer las primeras entregas en las obras.

A Marzo de 2012, la empresa tiene los siguientes contratos:

Cuadro 1. Contratos de ETALUM LTDA en Marzo de 2012

Obra	Ciudad	Contratante	Primera entrega
Arboleda Campestre	Bucaramanga	Marval s.a	30/08/2012
Mirador de terraza	Bucaramanga	Marval s.a	20/06/2013
Santa maría de suba	Bogotá	Marval s.a	15/10/2012
Santa Felipe de Castilla	Bogotá	Marval s.a	19/10/2012
Portocastelo	Barranquilla	Marval s.a	30/11/2012
Mirador de terraza	Cali	Marval s.a	18/09/2012
Portales de San Fernando Fase3	Cartagena	Marval s.a	Marzo/2013
Laguna Club	Cartagena	Promotora Cartagena	20/09/2012

Fuente: ENTREVISTA con Laura Inés Rey, Gerente ETALUM LTDA

1.1.1 Demanda de Vidrio Flotado

Se presenta la siguiente tabla con la información del vidrio flotado necesario para satisfacer la demanda de los contratos de Marzo de 2012, (información generada por el software utilizado en el proceso de producción). La empresa requiere vidrio claro de 4mm, 5mm y 6mm; vidrio azul de 4mm, 6mm, 8mm y 10mm. (La única obra que utiliza vidrio azul en este caso, es Portocastelo).

Tabla 1. Demanda de vidrio flotado para los contratos a Marzo de 2012.

OBRA	Vidrio Claro:	4MM	5MM	6MM	8MM	10MM
Arboleda	campestre	1577 m ²	1826 m ²			
Mirador de Versalles		3240 m ²	4340 m ²	1477 m ²		1645 m ²
Santa maría de suba		1255 m ²	420 m ²			
San Felipe de Castilla		3420 m ²				
fase 2						
Mirador de terrazas		1057 m ²		1046 m ²		
Portales de San Fernando		1760 m ²	1248 m ²		104 m ²	
Fase 3						
Laguna Club				2797		
TOTALES		12.309m ²	7834 m ²	5.320 m ²	104 m ²	1.645 m ²
OBRA	Vidrio Azul:	4MM	5MM	6MM	8MM	10MM
Portocastelo		948 m ²		2394 m ²	663 m ²	2943 m ²

Fuente: Ingeniera Industrial Belkis Parada, coordinadora de obras de ETALUM LTDA, basándose en información arrojada por el software de producción.

1.1.2 Demanda de Aluminio

Para el cumplimiento de los contratos a Marzo de 2012, se presenta la siguiente tabla con la información del aluminio necesario para satisfacer la demanda. (Información arrojada por el software de producción)

Cada referencia de perfil de aluminio mide 6 metros.

Tabla 2. Demanda de Aluminio para contratos a Marzo de 2012

REFERENCIAS PERFILERÍA→	ALN 1101	ALN 144	ALN 147	ALN 192	ALN 193	ALN 194	ALN 258	ALN 581	ALN 349
Arboleda campestre	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Mirador de Versalles	160	385	505	789	503	384			769
Santa maría de suba		157	379	304	304	55		102	320
San Felipe de Castilla fase 2		111	260	129	129	111			224
Portocastelo	199	64	318	63	221	89	160	79	333
Mirador de terrazas	147	45	56	30	56	45	30		102
Portales de San Fernando Fase 3	70	72	155	115	115				
Laguna Club	87								
TOTALES	663	834	1673	1430	1328	684	190	181	1748

Fuente: Ingeniera Industrial Belkis Parada, coordinadora de obras de ETALUM LTDA, basándose en información arrojada por el software de producción.

1.2 PLAN ESTRATÉGICO

“La planeación estratégica es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito. Es un proceso en el que se va definiendo interrogantes de gran importancia para la empresa: Qué se quiere lograr, en qué situación se está, qué se puede hacer y qué se va a hacer.

La Planeación Estratégica se puede definir también como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones en una organización. Es un intento por organizar información cualitativa y cuantitativa que permita la toma de tales decisiones. Es un proceso y está basado en la convicción de que una organización debe verificar en forma continua los hechos y las tendencias internas y externas que afectan el logro de sus propósitos.

El modelo estratégico insiste en que una organización debe estar en capacidad de influir sobre su entorno, y no dejarse determinar por él, ejerciendo así algún control sobre su destino.”¹⁸

La gerente Laura Rey expresó en una entrevista que la empresa ETALUM LTDA basa su planeación en la administración por objetivos, que responden prioritariamente a la pregunta “Qué hacer”, donde evalúan, reestructuran, crean programas y planes para mejorar continuamente la producción, con el fin de lograr la conquista del mercado, el posicionamiento de sus productos y resoluciones a problemas, como por ejemplo el presentado actualmente en el proceso de compra de materias primas, donde se están presentando dificultades con el cumplimiento en la entrega de los pedidos y aumento en los precios sin justificación.

La estrategia de la empresa es buscar nuevos proveedores en el mercado internacional, con el propósito de mejorar el proceso de compras.

La empresa para la compra de materias primas se basa en la información generada por el software, ya que este permite conocer las cantidades exactas necesarias para las obras a las que se compromete en cada contrato.

El jefe de producción realiza una programación periódica de pedidos, teniendo en cuenta el tiempo de abastecimiento del proveedor (aprox 1 mes), evitando problemas como faltantes, que representarían retrasos en la producción e incumplimiento en las entregas.

ETALUM LTDA presenta un sistema flexible, de esta forma se ajusta a circunstancias versátiles; y estable, buscando permanentemente un equilibrio que permita el crecimiento, minimizando el riesgo y la dependencia a proveedores, buscando la sostenibilidad del sistema y de los procesos.

¹⁸ PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Disponible en: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2.htm [citado: 23 Febrero de 2012]

1.2.1 Requerimientos de materias primas

ETALUM LTDA trabaja con la estrategia de producción por pedido, este tipo de programa maestro de producción, considera el hecho de que una empresa debe cumplir con las órdenes de los clientes, generalmente clientes que solicitan “lotes” de un determinado producto. Donde no se aceptan faltantes de materias primas, y si se tiene un inventario inicial, evaluar si este cubre con la demanda del periodo siguiente. Además se define desde el inicio la cantidad de unidades a producir.

Se trabaja con sistema lote por lote, donde la cantidad de producción depende directamente de la demanda del sistema y no de la capacidad de producción, la capacidad de producción de la empresa puede estar por encima de la demanda, mas nunca por debajo.

Para lograr los objetivos establecidos en los presupuestos, se lleva una adecuada planificación y control de la producción.

Los proyectos se dividen en varias entregas, acordadas por ambas partes en los contratos (Las constructoras y ETALUM LTDA), por lo tanto la empresa no efectúa la compra total de los materiales, sino las necesarias para las torres de cada entrega, se hace de esta forma debido a que la empresa tiene entregas de diferentes obras al mismo tiempo y no es viable mantener inventarios de materias primas para todos los proyectos, tampoco se cuenta con suficiente espacio en la planta para el almacenamiento, además los periodos entre entregas es aproximadamente de 3 meses o más, tiempo suficiente para realizar pedidos a los proveedores.¹⁹ Laura Inés Rey Gerente ETALUM LTDA.

A continuación se presentan los pasos para compra de materias primas:

- Se priorizan las obras. Este paso consiste en organizar las obras para comprar las materias primas para aquellas que tienen entrega más cercana. En el caso de los contratos que se llevan firmados a Marzo de 2012 la priorización de obras sería la siguiente:

¹⁹ ENTREVISTA con Laura Inés Rey Gerente ETALUM LTDA. Bucaramanga, Santander 30 de Enero de 2012

Cuadro 2. Priorización de Obras por fecha para primera entrega

Obra	Fecha primera entrega	No. Torres	
		Totales	Primera entrega
Arboleda Campestre	30/08/2012	6	4
Mirador de terraza	18/09/2012	2	1
Laguna Club	20/09/2012	5	1
Santa María de Suba	15/10/2012	3	1
San Felipe de Castilla fase2	19/10/2012	5	4
Portocastelo	30/11/2012	4	2
Portales de San Fernando Fase3	Marzo/2013	4	4
Mirador de Versalles	20/06/2013	5	3

Fuente: Ingeniera Industrial Belkis Parada, coordinadora de obras d ETALUM LTDA, basándose en información arrojada por el software de producción.

- Calcular la cantidad de materias primas requeridas: Se realiza el cálculo tomando como base la cantidad de torres a las que se comprometió, en el contrato, ETALUM LTDA a hacer entrega en el primer periodo con cada contratante.

Tabla 3. Cantidad de vidrio flotado necesario para la primera entrega de cada obra.

Obra	Vidrio Flotado Claro (Espesor en mm)				
	4mm	5mm	6mm	8mm	10mm
Arboleda Campestre	1052 m ²	1217 m ²			
Mirador de terraza	528 m ²		523 m ²		
Laguna Club			560 m ²		
Santa María de suba	419 m ²	140 m ²			
San Felipe de Castilla	2736 m ²				
Portales de San Fernando	1760 m ²	1248 m ²		104 m ²	
Mirador de Versalles	1944 m ²	2604 m ²	888 m ²		987 m ²
TOTALES	8439 m ²	5209 m ²	1971 m ²	104 m ²	987 m ²
Obra	Vidrio Flotado Azul (Espesor en mm)				
Portocastelo	474 m ²		1198 m ²	332 m ²	1470 m ²

Fuente: Ingeniera Industrial Belkis Parada, coordinadora de obras de ETALUM LTDA, basándose en información arrojada por el software de producción.

Tabla 4. Cantidad de perfiles de aluminio necesarios para la primera entrega de cada obra.

Obra	Aluminio (ALN)								
	1101	144	147	192	193	194	258	581	349
Mirador de terraza	74	23	28	15	28	23	15		51
Laguna Club	18								
Santa María de suba		53	127	102	102	19		34	107
San Felipe de Castilla		46	104	52	52	46			90
Portocastelo	100	32	160	32	112	46	80	40	168
Portales de San Fernando	72	72	156	116	116				
Mirador de Versalles	240	579	759	1185	756	576			1155
TOTALES	504	805	1334	1502	1166	710	95	74	1571

Fuente: Ingeniera Industrial Belkis Parada, coordinadora de obras d ETALUM LTDA, basándose en información arrojada por el software de producción.

En este último aspecto de la programación de la planeación se debe resaltar que no hay proveedor nacional que logre satisfacer las necesidades que la empresa requiere, por tanto es considerado el estudio de nuevos proveedores, realizando análisis internacional, en busca de mayores beneficios y ventaja competitiva para la empresa.

Teniendo las especificaciones de cantidades de vidrio flotado y perfiles de aluminio, necesarias para la producción de cada obra (en las tablas se presenta la información para la primera entrega), se procede a seleccionar al proveedor que tenga la capacidad de abastecimiento para la empresa y le ofrezca más ventajas, tanto en calidad, precio y tiempo de entrega.

2. PROVEEDORES NACIONALES VIDRIO FLOTADO Y ALUMINIO

ETALUM LTDA requiere proveedores que cumplan con requisitos específicos, que se mencionaran a continuación, con el objetivo de ofrecer a las constructoras productos de calidad, conservando la satisfacción del cliente, y que le permitan tener ventaja competitiva. De esta manera, aumentando sus clientes y posicionamiento en el mercado.

La empresa demanda materias primas, que después de ser procesadas, permitan aumentar el valor percibido por los clientes, en el producto final, con el fin de generar la fidelidad de los mismos.

Los requisitos básicos que se deben cumplir para ser proveedores de la empresa son:

Cuadro 3. Requisitos básicos a cumplir para clasificar como proveedor de ETALUM LTDA.

Calidad	• Certificación ISO9001 • El aluminio no debe presentar rayones, golpes o manchas. • Los perfiles de aluminio debe tener más de 60 micras en el acabado anodizado. • El vidrio no se acepta rayado, mojado, manchado o con fracturas.
Precios	Para el aluminio, el precio no puede ser más de \$8.200.000 por Tonelada. Para el Vidrio flotado, dispuestos a pagar precios no superiores a: Vidrio Claro de 4mm \$10.000/m ² ; 5mm \$13.000/m ² ; 6mm \$16.000/m ² . Para el vidrio azul de 4mm \$11.000/m ² ; 5mm \$16.000/m ² y 6mm \$17.000/m ² .
Tiempo de entrega	Aluminio: Máximo 4 semanas. Vidrio: Máximo 4 semanas

Fuente: Laura Inés Rey, Gerente ETALUM LTDA.

2.1 PROVEEDORES NACIONALES²⁰

Según la información concedida por la gerente de la empresa Laura Inés Rey Villamizar, las empresas proveedoras de vidrio flotado al no ser éstas productoras del mismo, sino distribuidoras, ofrecen precios muy altos y no cumplen con los estándares de calidad que exige la empresa ETALUM LTDA., adicionalmente los tiempos de entrega están siendo incumplidos, generando a la empresa retrasos en la producción e incumplimientos con los clientes.

Las empresas de aluminio ofrecen buena calidad, pero precios altos, esto representa directamente un aumento en los precios del producto terminado. Adicionalmente se presenta incumplimiento en la entrega de los pedidos, en ocasiones el pedido no llega completo, lo que puede generar para la empresa pérdida de contratos con clientes y disminución de valor percibido por estos.

A partir de esto la gerencia considera que no hay proveedor oportuno, que cumpla con estándares de calidad, tiempo de entrega y buenos precios, de materias primas para ETALUM LTDA., el mercado nacional no logra satisfacer las necesidades y requerimientos de la compañía.

La empresa debe defenderse del poder de negociación de los proveedores, debido a que son pocos y se crea monopolio. No es atractivo para el mercado que las empresas puedan imponer sus condiciones de precios sin justificarlos y el tamaño de los pedidos. La situación es más complicada aún, porque los insumos que suministran son claves para la empresa y presentan altos costos, es por esto que la empresa busca como solución el estudio del mercado internacional, para hallar nuevos proveedores.

²⁰ Ibíd.,

2.1.1 Mercado nacional del Aluminio

Cuadro 4. Proveedores de Aluminio de ETALUM LTDA

PROVEEDOR	ALUMINA S.A	ALUCOL
Ubicación	Cali- Valle del Cauca	Bogotá- Cundinamarca
Calidad	ISO9001-2000	ISO9001-2008
Precios	\$8.505.000/tonelada	\$8.530.000/tonelada
Tiempo de entrega establecido	30 días	30 días
Tiempo de entrega real	40-45 días	40-45 días
Plazo y forma de pago	De contado a la entrega	De contado a la entrega
Garantía	10 días	1 semana

Fuente: Laura Inés Rey Gerente ETALUM LTDA, Alumina S.A, ALUCOL

A partir de la información suministrada, no hay diferencia significativa entre las dos empresas proveedoras de Aluminio, presentan características muy comunes, precios y tiempos de entrega poco satisfactorios para trabajar con ETALUM LTDA. Las dos empresas se encuentran certificadas con la norma de calidad ISO9001, pero han presentado defectos en los perfiles de aluminio en algunas ocasiones, como golpes.

Los inconvenientes que se presentan en la compra del Aluminio son principalmente los precios ofrecidos, ya que estos se encuentran muy elevados, a comparación con lo que la empresa está dispuesta a pagar, las empresas deciden subir los precios sin justificación alguna, consecuencia del monopolio existente en este mercado en Colombia.

El incumplimiento de las empresas en las entregas de los pedidos de 10-15 días aproximadamente, es otra gran dificultad presentada, lo que conlleva a retrasos en la producción, arriesgando el buen nombre de la compañía con sus contratantes, evidentemente presentando también prórrogas en sus entregas.

2.1.2 Mercado nacional de Vidrio Flotado²¹

Cuadro 5. Proveedores de vidrio flotado de ETALUM LTDA

PROVEEDOR	GUARDIAN DE COLOMBIA	VIDRIO PELDAR S.A	CONSTRUNAL LTDA.	TEMLASS	VITELSA S.A
UBICACIÓN DE LA EMPRESA	Cartagena-Bolivar	Envigado-Antioquia	Dosquebradas-Risaralda	Bogotá-Cundinamarca	Bucaramanga-Santander
CALIDAD OFRECIDA EN EL PRODUCTO	Cumple con los estándares de calidad de ETALUM LTDA.	No ofrece calidad ventanera.	Cumple con los estándares de calidad de la empresa,(pero no presenta la mejor calidad en el mercado.)	Cumple con los estándares de calidad de ETALUM LTDA.	Cumple con los estándares de calidad de ETALUM LTDA
PRECIOS	Ofrece los mejores precios en el mercado nacional.	Ofrece precios bajos.	Ofrece precios más altos frente a otros proveedores.	Ofrece precios altos, en comparación a otros proveedores en el mercado.	Ofrece precios altos, en comparación a otros proveedores en el mercado.
TIEMPO DE ENTREGA DEL PEDIDO ESTABLECIDO	Si hay disponible: 10 días Si no hay disponible: 60 días	30 días	60 días	30 días	30 días

²¹ Ibíd.,

TIEMPO DE ENTREGA REAL	Ha presentado retrasos de hasta 30 días	Ha presentado retrasos de hasta 30 días.	Ha presentado retrasos de hasta 20 días.	—	—
FORMA DE PAGO	Estricto contado, a la entrega.	Estricto contado, a la entrega.	Estricto contado, a la entrega.	Estricto contado, a la entrega.	Estricto contado, plazo de 30 días.
VENTAJAS DE LA EMPRESA Y/O PRODUCTO	Alta calidad, grandes volúmenes de inventarios, los mejores precios del mercado nacional.	—	—	—	Ubicación.
DESVENTAJAS DE LA EMPRESA Y/O PRODUCTO	Demoras de hasta 30 días en las entregas del pedido, precios muy altos comparando con el mercado internacional.	No satisface los requerimientos de la empresa, solo producen vidrio estirado, presenta constantes retrasos en la entrega de los pedidos	Ubicados muy lejos de ETALUM LTDA, ofrece precios altos, presenta constantes retrasos en la entrega de los pedidos.	Los precios ofrecidos son muy altos, debido a que su principal negocio es el vidrio templado no el flotado. No tienen suficiente inventario disponible de vidrio flotado.	Los precios ofrecidos son muy altos, debido a que su principal negocio es el vidrio templado no el flotado. No tienen suficiente inventario disponible de vidrio flotado.

Fuente: Entrevista con el Gerente de ETALUM LTDA (Laura Inés Rey Villamizar)

En el mercado del vidrio flotado, la oferta por parte de los proveedores no es satisfactoria.

La empresa Guardian de Colombia ha sido proveedor por varios años de ETALUM LTDA, pero existe una gran dificultad al trabajar con ellos, debido al aumento injustificado de precios, y además el incumplimiento presentado en las fechas de entrega de los pedidos, en ocasiones hay retrasos de hasta 30 días, lo que implica inmediatamente que se debe detener la producción, porque no se cuenta con las materias primas suficientes.

Inevitablemente esto constituye pérdidas para la empresa. Cabe destacar un aspecto positivo de Guardian de Colombia y es la variedad de vidrio flotado que ofrecen, además manejan una gran cantidad de inventarios. Si de proveedor nacional se trata, esta es la empresa a la se acude en primer lugar para realizar cotizaciones.

Vidrio Peldar S.A es una empresa que hace parte del “plan de contingencia” de ETALUM LTDA, es decir, solo en caso extremo se cotizaría con ellos, debido a que no ofrece calidad para ventanería y presenta incumplimiento en los pedidos. En la actualidad no se trabaja con esta empresa. Aunque ofrecen precios bajos, no satisfacen los requerimientos de ETALUM LTDA, para ser parte de sus proveedores.

Otro proveedor de vidrio es Construnal Ltda., presenta buena calidad en el vidrio, pero no la mejor en el mercado, se ha trabajado con ellos, y no se ha tenido problemas respecto a la calidad en los productos. Manejan precios más altos que otras empresas, lo que les desfavorece al momento de ser cotizados. Adicional a esto, en ocasiones los pedidos han llegado incompletos, y por la ubicación de la empresa, se tiene que esperar varios días en que llegue la otra parte del pedido. Por estas razones, esta empresa tampoco logra satisfacer las necesidades demandas por ETALUM LTDA

Temglass es principalmente productora de vidrio templado, así que la producción de vidrio flotado es muy mínima y subestimada por la misma empresa, lo que genera que haya poco inventario disponible del mismo, además los precios son muy altos y existen incumplimientos en el tiempo de entrega. A pesar de la buena calidad que pueden ofrecer, no es conveniente trabajar con esta empresa, ya que

los retrasos en la llegada de materias primas inciden directamente en el tiempo para entregar el producto terminado a los contratistas.

Vitelsa S.A, está ubicada en Bucaramanga, lo cual representa ventaja frente a las otras empresas, porque además de ser menor el precio del flete de las materias primas, comprándole a esta, se está apoyando la economía del departamento, generando crecimiento en la misma. El inconveniente que presenta esta empresa es muy parecido a Temglass, el fuerte es la producción de vidrio templado, por tanto el pedido de vidrio flotado es costoso, y poco prioritario, presentándose retrasos en las entregas y el precio es alto.

Lo anterior deja claro que no existe proveedor de vidrio flotado que logre satisfacer de manera idónea a ETALUM LTDA. Las empresas presentan dificultades en cuanto a ser puntuales en el abastecimiento del vidrio a la empresa y mantener los precios.

2.2 MERCADO INTERNACIONAL DE ALUMINIO Y VIDRIO FLOTADO

2.2.1 Mercado internacional del Aluminio

2.2.1.1 Producción de Aluminio²²

El aluminio se extrae de la bauxita. Se trata de un mineral que por lo general se encuentra en la superficie, aunque puede ser necesario excavar algunos metros. Es llevado a la molienda y al lavado, para sacarle el barro y las impurezas y tras esa primera refinación se obtiene la alúmina u óxido de aluminio, materia prima en polvo que se somete a un proceso en el que se usa soda cáustica para convertirla en alúmina líquida, y luego volver a cristalizar el material en forma controlada. Por último se realiza un horneado utilizando corriente eléctrica para calentar agua a 900°C, proceso por el cual se separa el oxígeno y en el fondo queda el aluminio. En ello consiste la segunda refinación. Las proporciones de reducción de este

²² SUBSECRETARIA DE COMERCIO INTERNACIONAL. INFORME SECTORIAL, ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS, DIRECCIÓN DE OFERTA EXPORTABLE, DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIAS DE COMERCIO EXTERIOR, [En línea] Disponible en la web en: <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Aluminio%20y%20sus%20manufacturas.pdf> [citado: 4 de Febrero de 2012]

proceso son las siguientes: de cuatro toneladas de bauxita se obtienen dos toneladas de óxido de aluminio o aluminio, y de dos toneladas de óxido de aluminio se obtiene una tonelada de aluminio.

- Bauxita: Mineral natural que contiene aluminio, oxígeno e hidrógeno. Es la fuente principal para la producción de alúmina. La mayor parte de la producción mundial de bauxita – aproximadamente el 85%– es usada como insumo en la producción de alúmina.
- Alúmina: Es un óxido de aluminio sintético derivado de la bauxita. Más del 90% de la producción mundial de alúmina es usado como materia prima para la fundición de metal de aluminio primario.
- Aluminio primario: Es el metal de aluminio como producto final que se obtiene a partir de alúmina. La denominación “primario” significa que es producido a partir de materiales no reciclados.
- Aluminio secundario: Es también metal de aluminio como producto final que se obtiene a partir de material de desecho reciclado. El aluminio es 100% reciclable sin ninguna pérdida de sus cualidades naturales. Reciclar aluminio requiere solamente 5% de la energía usada para producir aluminio a partir de insumos naturales primarios.

La producción mundial de aluminio primario ha crecido de alrededor de 2 millones de toneladas en 1950 a 39,7 millones de toneladas en 2008. Esto quiere decir que se multiplicó prácticamente por 20 –variación del 1.885%–. Al igual que en el caso del acero, se han producido cambios drásticos en los principales productores. Por una parte, en los Estados Unidos se ha pasado de poco más de 40% en 1960 a menos de 7%. China ha aumentado hasta adquirir una participación del 34% en 2008. Rusia, el segundo mayor productor, representa el 11%, y Canadá el 8%.

La producción mundial de aluminio secundario creció también constantemente, pasando de 2,6 millones de toneladas en 1970, a alrededor de 9 millones de toneladas en 2000. Eso significa que se duplicó entre esos años –variación del 246%–. Desde entonces, la producción primaria sigue aumentando rápidamente. En 2008, la producción de 6,3 millones de toneladas a partir de chatarra fue equivalente a sólo el 16% de la producción total.

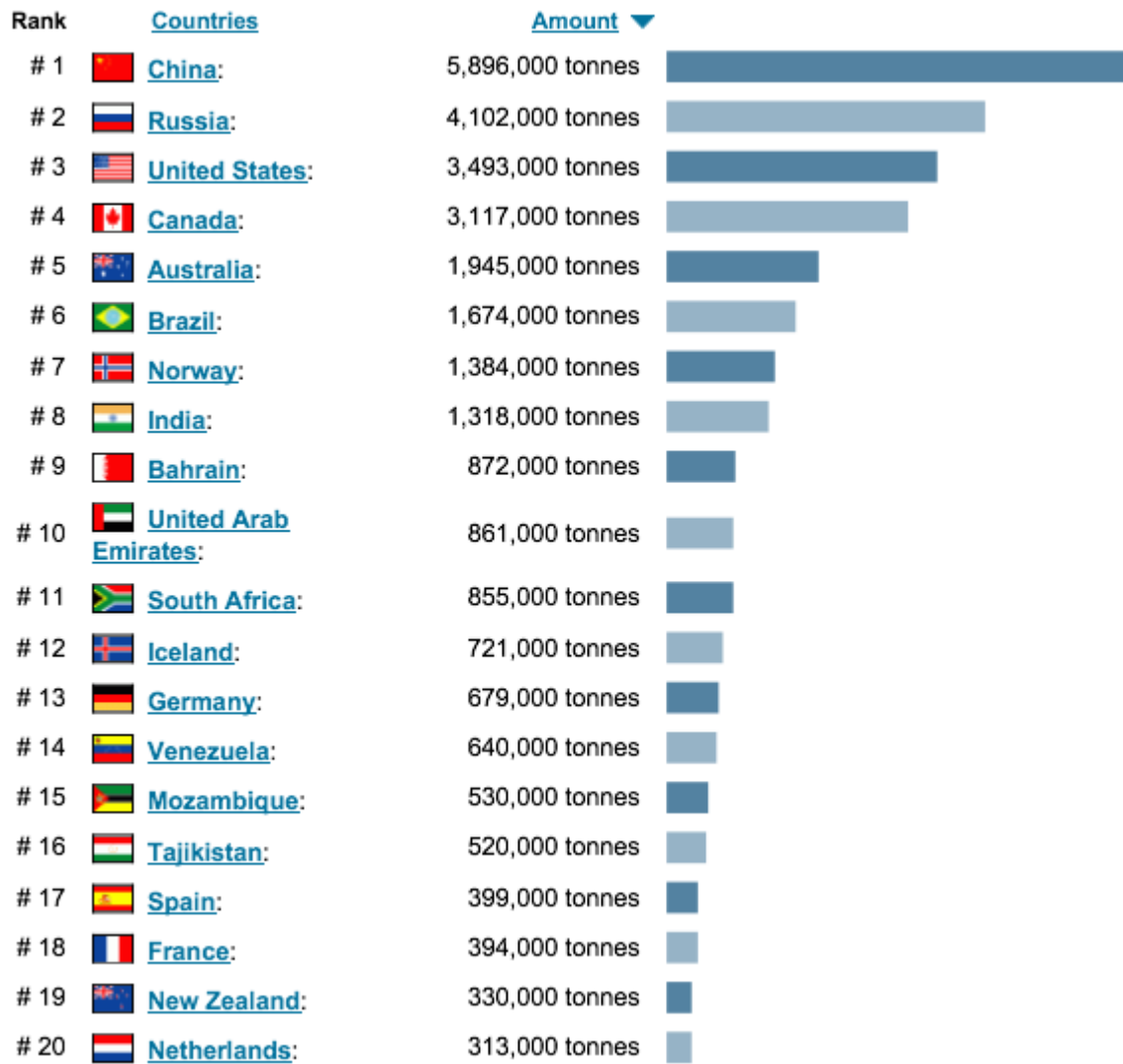
En los Estados Unidos, la producción secundaria a partir de la chatarra procedente de los consumidores representa el 30% del suministro, porcentaje que al menos se duplica tomando en cuenta los desechos de los procesos de producción. En la Unión Europea, la producción de aluminio secundario se ha triplicado desde 1980, representando alrededor del 40% del total. China, por su parte, tiene un 17% de su producción de este metal que corresponde a aluminio primario.

Tabla 5. Producción, exportaciones e importaciones de Aluminio en el mundo

	2005	2006	2007	2008		2005	2006	2007	2008
PRODUCCIÓN (miles de toneladas)					EXPORTACIONES (miles de toneladas)				
China	7,806	9,358	12,559	13,177	Fed. de Rusia	2,740	3,164	3,949	4,818
Fed. de Rusia	3,647	3,718	3,955	4,187	Canadá	2,240	2,360	2,501	2,532
Canadá	2,894	3,051	3,083	3,119	Australia	1,588	1,624	1,659	1,683
Estados Unidos	2,480	2,281	2,560	2,659	Noruega	1,513	1,539	1,610	1,591
Australia	1,903	1,929	1,959	1,974	China	1,324	1,213	546	841
Brasil	1,498	1,605	1,655	1,661	Islandia	284	303	446	761
Noruega	1,376	1,427	1,357	1,359	Brasil	753	842	823	748
India	942	1,105	1,222	1,308	Sudáfrica	671	601	625	598
Sudáfrica	851	887	898	1,084	Países Bajos	482	609	795	483
Emiratos Árabes Unidos	850	789	890	892	Alemania	392	432	423	435
Total mundial	31,995	33,969	38,087	39,425	Total mundial	17,023	17,706	18,906	19,308
CONSUMO (miles de toneladas)					IMPORTACIONES (miles de toneladas)				
China	7,119	8,648	12,347	12,413	Japón	2,977	3,036	2,986	3,064
Estados Unidos	6,114	6,150	5,580	5,615	Estados Unidos	3,691	3,461	2,951	2,932
Japón	2,276	2,323	2,197	2,250	Alemania	1,770	2,073	2,231	2,063
Alemania	1,758	1,823	2,008	1,950	Rep. de Corea	1,231	1,204	1,190	1,086
Italia	958	1,079	1,207	1,305	Italia	890	986	1,079	882
Fed. de Rusia	1,020	1,047	1,020	1,020	Turquía	383	414	572	598
Rep. de Corea	1,201	1,153	1,081	965	Bélgica	763	738	754	558
Italia	977	1,021	1,087	951	Países Bajos	656	971	1,043	554
Brasil	759	773	854	932	Francia	517	593	587	509
Canadá	801	846	718	714	Taiwán, China	523	540	504	504
Total mundial	31,720	34,026	37,578	37,796	Total mundial	18,318	19,254	19,334	17,894

Fuente: World Metal Statistics.

Tabla 6. Ranking de países productores de Aluminio 2010



Fuente: US Geological Survey, NATION MASTER.COM [En línea] Aluminium production, tonnes by country. Disponible en la web en: http://www.nationmaster.com/graph/ind_alu_pro_ton-industry-aluminium-production-tonnes [citado 4 de Febrero 2012]

2.2.1.2 Producción de Aluminio 2009²³

Según cifras del Instituto Internacional del Aluminio, IAI, la producción mundial de Aluminio del mes de noviembre de 2009 fue de 1,91 millones de toneladas, lo que significó una caída del 8,4% frente a los 2,08 millones de toneladas del mismo mes del año anterior.

En un análisis más amplio, se observa que la producción mundial entre enero y noviembre de 2009 fue de 21,4 millones de toneladas, lo que significa una contracción del 9% con respecto a igual período de 2008. Los efectos de la crisis mundial sin dudas se tuvieron su incidencia en estos resultados.

2.2.1.3 Producción de Aluminio 2010²⁴

El último reporte publicado por el Comité Mundial de Estadísticas del Metal (World Bureau of Metal Statistics –WBMS) muestra que la producción global de aluminio creció entre enero y junio de 2010 un 18% en comparación con igual período de 2009.

En junio de 2010, la producción de aluminio primario fue de 3.426 kilotoneladas y el consumo fue de 3.369 kilotoneladas. Así, la producción, que había bajado 3.276 kilotoneladas en el año 2009, aumentó 3.049 kilotoneladas en el primer semestre de 2010. Para el aluminio primario se calcula un excedente de mercado de 314 kilotoneladas (mil toneladas) en los primeros seis meses de 2010, mucho menor que las 755 kilotoneladas del primer semestre de 2009 –año en que el excedente total fue de 781 kilotoneladas.

La demanda global de aluminio primario creció un 21% en el primer semestre de 2010 con relación a los niveles muy deprimidos del año anterior. En efecto, entre enero y junio de 2010 fue de casi 20 millones de toneladas, 3.490 kilotoneladas más que la demanda correspondiente al mismo período de 2009.

²³ Ibíd., Disponible en la web en:
<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Aluminio%20y%20sus%20manufacturas.pdf>
[citado: 4 de Febrero de 2012]

²⁴ Ibíd.,

Las existencias totales reportadas a fines de junio de 2010 eran 6 mil toneladas menores que a fines de 2009. En efecto, a fines de junio de 2010 los stocks totales eran 6.479 kilotoneladas, que corresponden a 66 días de demanda mundial y se comparan con las 6.486 kilotoneladas correspondientes a fines de 2010.

Las existencias negociadas en los mercados de Londres, Shanghái, EEUU, y Tokio fueron de 4.920 kilotoneladas a fines de junio de 2010, cifra que prácticamente duplica el total registrado al cierre de 2008.

La producción de China fue prácticamente casi 41% de la producción mundial total.

Actualmente, China es un exportador neto de aluminio con exportaciones que exceden las importaciones en 125 kilotoneladas. Durante 2009, las importaciones chinas totalizaron 1.430 kilotoneladas. La producción en la Unión Europea-27 cayó 6% y la del NAFTA cayó 91 kilotoneladas. La demanda de la Unión Europea-27 fue 37% más alta en el primer semestre de 2010 que en igual período de 2009.

2.2.1.4 Evolución de precios²⁵

La bauxita es comerciada principalmente a través de contratos de largo plazo y generalmente los precios no se hacen públicos.

Durante 2008, los precios de muchas *commodities* subieron, incluyendo la bauxita no metalúrgica. En agosto, la bauxita calcinada de China era negociada en el rango de US\$ 550 a US\$ 650 por tonelada, con la bauxita calcinada Guyana levemente más cara. De todos modos, a medida que fue avanzando la recesión global, los precios cayeron hasta alrededor de US\$ 550 por tonelada en enero de 2009 y a US\$ 400-US\$ 535 por tonelada hacia el final de ese año.

Los precios de referencia de la alúmina cayeron a fines de 2008 y continuaron su sentido descendente a principios de 2009, llegando a niveles de US\$ 170-US\$185 por tonelada en marzo de ese año, el precio más bajo desde enero de 2003. Sin

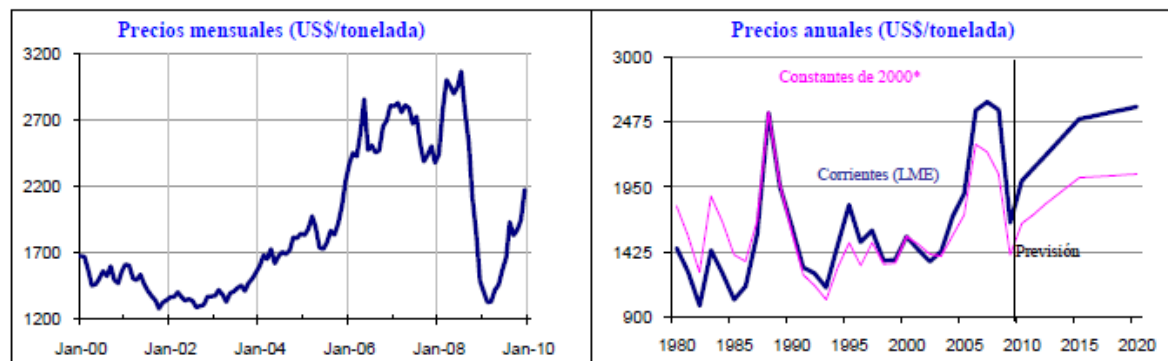
²⁵ *Ibíd.*,

embargo, los precios se recobraron a fines de 2009 y llegaron a U\$S 295-U\$S 315 por tonelada.

En cuanto al lingote de aluminio, según los índices diarios del London Metal Exchange, el precio oficial en efectivo continuó su sentido descendente en los primeros meses de 2009, llegando a U\$S 1.253 por tonelada en febrero, lo que significó una caída del 62% con respecto a su pico máximo de U\$S 3.290 por tonelada en julio de 2008. No obstante, a fines de 2009 el precio experimentó una tendencia alcista sostenida y terminó el año a U\$S 2.200 por tonelada. Esto significa un aumento del 76% desde su punto más bajo en febrero, aunque son valores que todavía están un tercio por debajo del pico máximo de 2009.

Las tendencias a la baja de los precios de alúmina y aluminio se debieron a la recesión económica que causó una merma considerable en la demanda mundial de aluminio, hecho que derivó en excedentes de producción durante la mayor parte de 2009. Sin embargo, los signos de recuperación económica a fines de 2009, junto con las reducciones en la producción causadas por el cierre temporario de algunas plantas productoras, hicieron que los precios se recuperaran.

Gráfico 1. Precios aluminio



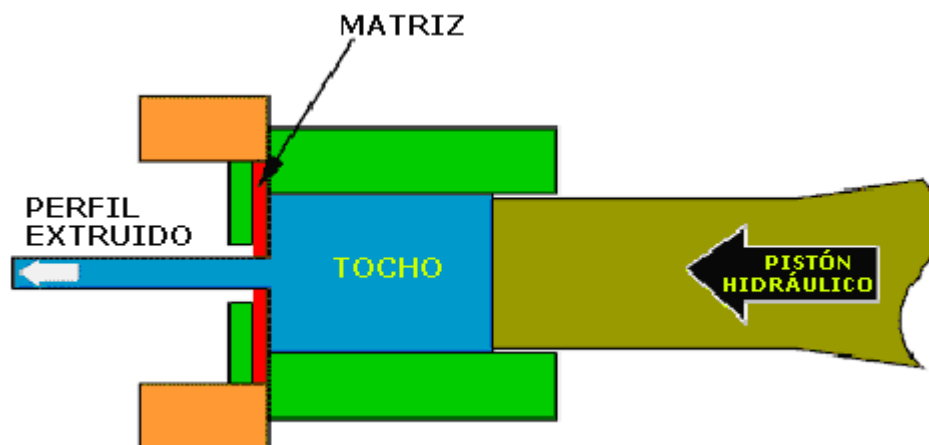
Fuente: Banco Mundial

2.2.1.5 Extrusión del Aluminio²⁶

El aluminio extruido se usa en los sistemas de perfiles de ventanas y puertas en edificios residenciales y comerciales, en estructuras de viviendas y edificios prefabricados, en materiales para tejados y revestimientos exteriores, muros cortina, fachadas de locales comerciales, etc.

El término “extrusión” se suele aplicar tanto al proceso como al producto obtenido cuando un lingote cilíndrico caliente de aluminio (llamado tocho) pasa a través de una matriz con la forma adecuada (extrusión directa o hacia delante, ver Figura 1). El perfil resultante puede usarse en tramos largos, o se puede cortar para usarlo en estructuras, vehículos o componentes. La extrusión también se usa como materia prima para barras mecanizadas, productos de forja o de extrusión en frío. Aunque la mayor parte de las numerosas prensas de extrusión que existen en el mundo entran dentro de la sencilla descripción dada arriba, hay que tener en cuenta que algunas prensas pueden utilizar lingotes rectangulares para producir extrusiones con una sección ancha. Otras prensas están diseñadas para desplazar la matriz a lo largo del tocho; esta última operación se suele llamar extrusión “indirecta”.

Figura 3. Esquema de la extrusión directa



²⁶ ANEXA ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXTRUIDORES DE PERFILES DE ALUMINIO DE ESPAÑA. [En línea] Disponible en la web en: <http://www.anexpa.org/info/extrusion.asp> [citado 4 de Febrero de 2012]

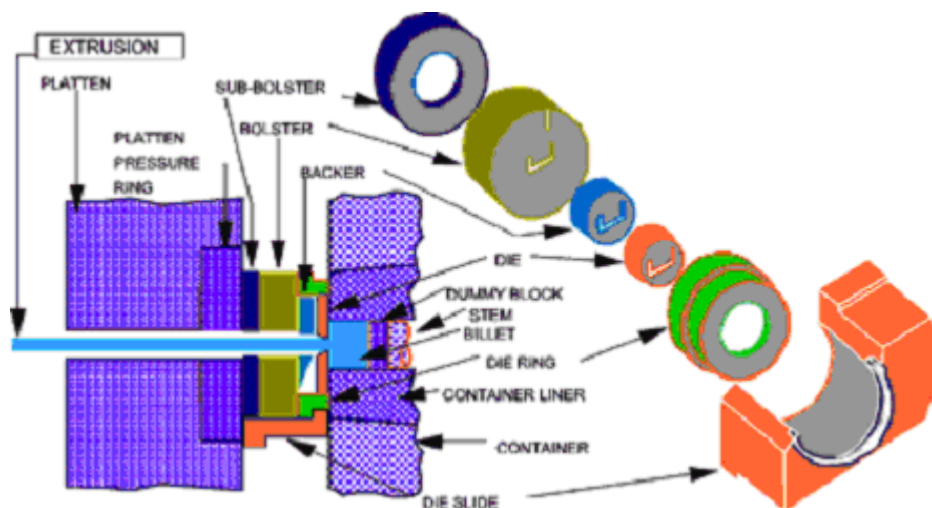
Fuente: ESQUEMA DE LA EXTRUSIÓN DIRECTA [En línea] Disponible en <http://www.anexpa.org/info/extrusion.asp> [Citado 4 de febrero de 2012]

La versatilidad del proceso en cuanto al número de aleaciones y las formas posibles hace que sea uno de los elementos más valiosos a la hora de permitir al fabricante de perfiles de aluminio ofrecer a los clientes soluciones para sus necesidades de diseño.

2.2.1.5.1 El proceso de extrusión

Las características fundamentales del proceso son las siguientes: Un lingote caliente, cortado de un tocho largo (o, para diámetros pequeños, de una barra extruida más grande), se aloja dentro de un contenedor caliente, normalmente entre 450 °C y 500 °C. A estas temperaturas, la tensión de flujo de las aleaciones de aluminio es muy baja, y aplicando presión por medio de un pistón hidráulico (ariete) el metal fluye a través de una matriz de acero situada en el otro extremo del contenedor. Este proceso da, como resultado, un perfil cuya sección transversal viene definida por la forma de la matriz (ver Figura 2).

Figura 4. Principio de la extrusión



Fuente: PRINCIPIO DE LA EXTRUSIÓN. [En línea] Disponible en <http://www.anexpa.org/info/extrusion.asp> [Citado 4 Febrero de 2012]

Todas las aleaciones de aluminio pueden ser extruidas, pero algunas son menos adecuadas que otras, ya que exigen mayores presiones, permiten sólo velocidades bajas de extrusión y/o tienen acabado de superficie y complejidad de perfil menores de las deseadas.

El término “extrusionabilidad” se utiliza para abarcar todos estos temas, con el aluminio puro en un lado de la escala, y las fuertes aleaciones de Aluminio-Zinc-Magnesio-Cobre en el otro. Las aleaciones de la serie 6000 (Aluminio-Magnesio-Silicio) ocupan la mayor parte del mercado de la extrusión.

Este grupo de aleaciones tiene una combinación atractiva de propiedades, importantes tanto desde el punto de vista de la producción como de su uso, y han sido objeto de una gran cantidad de proyectos de I+D en numerosos países. Como resultado se ha obtenido un conjunto de materiales, con una resistencia entre 150 Mpa y 350 Mpa, y todos con buena dureza y formabilidad. Se pueden extrusionar con facilidad y en general, su “extrusionabilidad” es buena, aunque aquellos que contienen niveles de magnesio y silicio en los límites inferiores de la escala, por ejemplo la 6060 y la 6063, se extruyen a velocidades muy altas, hasta 100 metros por minuto, con un buen acabado de superficie, aptitud para el anodizado y un complejidad máxima de sección transversal del perfil junto con un mínimo espesor de pared.

La potencia de empuje de las prensas varía desde unos pocos cientos de toneladas hasta 20.000 toneladas, aunque la mayoría están en el rango comprendido entre 1.000 y 3.000 toneladas. El diámetro de los tochos de extrusión va desde 50 mm. hasta 500 mm. con una longitud de entre 2 y 4 veces el diámetro. Aunque la mayoría de las prensas tienen contenedores cilíndricos, algunas los tienen rectangulares para la producción de perfiles con secciones anchas y de pequeño espesor.

La facilidad con que las aleaciones de aluminio pueden ser extruidas en formas complejas convierte en legítima la afirmación de que permite al diseñador “poner el metal justo donde hace falta”, un requisito importante cuando se habla de un material relativamente caro. Es más, esta flexibilidad en el diseño hace que sea fácil, en muchos casos, superar el hecho que el aluminio y sus aleaciones sólo tienen un tercio del módulo elástico del acero.

Dado que la rigidez depende no sólo del módulo elástico sino también de la geometría del perfil, es posible, aumentando 1,5 veces el grosor de una viga de aluminio respecto a la de acero que pretende reemplazar, obtener la misma rigidez del acero con la mitad de peso. Además, con un poco de coste extra en la fase de mecanizado, se pueden añadir características a la forma del perfil que aumentan la rigidez de torsión y añaden surcos para, por ejemplo, eliminar fluidos, meter cableado, muescas antideslizantes, etc. Estas características en una viga de acero significarían costes extras debido a la necesidad de soldadura y conformación, lo que reduce en parte la diferencia inicial entre los costes del acero y del aluminio.

2.2.1.5.2 Selección País proveedor de perfiles de Aluminio

Para escoger el país proveedor se seleccionaron los cuatro principales productores de aluminio a nivel mundial (Estados Unidos, Canadá, Rusia y China).

Se ponderaron cinco características:

- Económica, Los economistas Benjamin Perles y Charles Sullivan, autores del libro "Economía Para Todos", proporcionan la siguiente definición de economía: *"Estudio de los actos humanos en los asuntos ordinarios de la vida. Explica cómo logra el hombre sus ingresos y cómo los invierte"*²⁷ La economía de un país es la responsable de establecer el equilibrio en la asignación de los recursos productivos y hacerlos funcionar, para que estos provean la mayor cantidad de bienes y logren satisfacer las necesidades de las personas. Se considera esta característica, porque según el nivel económico de un país, este puede ofrecer mejores productos para la exportación, ya que las empresas son más desarrolladas en cuanto a tecnología.
- Demográfica, es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística, donde se estudia el tamaño, estratificación, religión, idioma y el desarrollo de los países, desde una perspectiva cuantitativa.
- Comercio Exterior, encaminado a identificar nuevas e innovadoras iniciativas para que las exportaciones crezcan, aumentando la proporción

²⁷SAMUELSON, Paul. NORDHAUS William, Economía, Decimoséptima Edición, Mc Graw Hill, Pág. 4.

de exportaciones de valor agregado preferiblemente en sectores generadores de empleo y aprovechando nuevos acuerdos comerciales y mercados de destinos.²⁸ Se considera esta característica porque es importante saber el nivel de internacionalización de comercio de cada país.

- Acuerdos bilaterales, muestra los convenios comerciales entre el país productor y Colombia, donde se pacta un modelos de relaciones que regulan los intercambios entre ambos países, impuestos, moneda base, control fronterizo, jurisdicción, entre otras.
- Logística, para conocer cómo y dónde se moviliza el comercio del país y los servicios que se ofrecen, directos o en conexión. Para el caso de aluminio sólo interesa conocer la logística marítima, cantidad de puertos con los que hay servicio directo a Colombia, que cuenten con la infraestructura requerida.

Se asignó el porcentaje de acuerdo a la más significativa en el momento de realizar la importación.

Se estipuló 40% para la información económica de cada país, se considera de mayor importancia para negociar los datos actuales del patrimonio y capacidad productiva; 10% para factores demográficos, ya que no son tan influyentes, pues para este tipo de producto la religión no se presenta como barrera, ni el idioma, teniendo en cuenta que se acostumbra a negociar en inglés; 20% al comercio exterior, es fundamental, para saber las relaciones internacionales que tiene el país de origen, y que tanto ha negociado con Colombia, por eso se asigna 10% a cada ítem de esta característica; 10% para los acuerdos bilaterales y finalmente 20% a la logística disponible en cada país, pues es fundamental contar con varias rutas para envíos de mercancías.

Dentro de cada característica se plantean ítems que son los que se calificarán en escala de 1 a 4, siendo 4 el mejor y 1 la opción insuficiente o menos viable.

²⁸ Ministerio de Comercio Exterior. [En Línea] Disponible en: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16274>

Tabla 7. Principales productores de Aluminio

	CHINA	CANADÁ	RUSIA	ESTADOS UNIDOS
PIB US\$	\$11.29 billones	\$1.389 billones	\$2.38 billones	\$15.04 billones
PIB PER CAPITA US\$	\$ 8,40	\$ 40,30	\$ 16,70	\$ 48,10
Crecimiento PIB	9%	2%	4%	2%
Producción anual aluminio (2010) ton	5'896.000	3'117.000	4'102.000	3'493.000
Inflación	5%	3%	8,90%	3%
Población	1.343.239.923	34.300.083	138.082.178	313.847.465
Religión	Budismo, Taoismo, islamismo	Católica Romana	Cristiano Ortodoxo	Crsitiana
Idioma	Chino	Inglés	Ruso	Inglés
Exportaciones US\$	\$1,898 billones	\$450,6 miles de millones	\$498,6 miles de millones	\$1,511 billones
Exportaciones hacia Colombia US\$	\$8.176 millones	\$605 millones	158.945.355	\$1.097 millones
Acuerdos comerciales con Colombia	Nueve acuerdos de cooperacion, Consejo Económico Cuenca del Pacífico, OMC	Acuerdo de Libre comercio, SGP, Consejo Económico Cuenca del Pacífico	OMC, Consejo Económico Cuenca del Pacífico	ATPay APTDEA, SGP, Consejo Económico Cuenca del Pacífico
Puertos con Servicio a Colombia	Dalian, Dandong, Dongguan, Foshan, Fuzhou, Gaoming, Haikou, Sean, Hong	Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec) y	No existe oferta de servicios directos, los buques tienen que arribar a	Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New

Kong, Huangpu, Huangpu/Wham Poa, Huizhou, Jiangmen, Jiujiang, Lianyungan, Nagngtong, Nanhai, Nanking, Nantong, Ningbo, Qingdao, Quanzhou, Rongqi, Shanghái, Sanbu, Sanshui, Shantou, Shekou, Tianjin, Xiamen, Xingang, Xintang, Yatian, Zhangjiagang, Zhongshan y Zhuhai. De otra parte, pero con menor regularidad, se puede contar con servicios desde: Chinwantao, Foshan, Fozhou, Guangzhou, Huangpu, Jiangmen, Jiangyn, Nantong, Ningbo, Shanton, Shekou, Shenzhen, Zhanghan, Zhenjiang y Zhuhai.	Toronto (Ontario); y el puerto del oeste, Vancouver (Columbia Británica).	Panamá, Perú, Alemania o Países Bajos.	Orleans, Charlestown, Los Ángeles y Long Beach
--	--	---	---

Fuente: Proexport

Tabla 8. Ponderación selección país proveedor

	%	CHINA	CANADÁ	RUSIA	ESTADOS UNIDOS
Económicos 40%					
PIB US\$	0,025	3	1	2	4
PIB PER CAPITA US\$	0,025	1	3	2	
CRECIMIENTO DEL PIB	0,025	4	2	3	1
Pcc anual aluminio (2010) ton	0,3	4	1	3	2
Inflación	0,025	2	4	1	3
Demográficos 10%					
Población	0,04	4	1	2	3
Religión	0,02	1	4	3	2
Idioma	0,04	2	4	1	3
Comercio Exterior 30%					
Exportaciones US\$	0,1	4	1	2	3
Exportaciones hacia Colombia US\$	0,2	4	2	1	3
Acuerdos 10%					
Acuerdos comerciales	0,1	3	2	1	4
Logística 10%					
Puertos	0,1	4	2	1	3
TOTALES	1	3,61	1,73	1,88	2,78

Fuente: Autores

Los bajos costos de mano de obra se señalan como principal ventaja competitiva de China. Sin embargo, no es el único factor que ayuda a hacer de China la mayor fábrica del mundo de perfiles de aluminio para la construcción.

Una de las ventajas de China, es que a comparación con otros países, cuenta con la mayor cantidad de fábricas de extrusión de aluminio, la cifra es absolutamente relevante a la hora de seleccionar a este país como proveedor, con más de 2.000 empresas dedicadas a la producción y comercialización de aluminio y sus manufacturas, con infraestructura que cuentan con un nivel relativamente alto frente a compañías en otros países, y el uso de tecnología más avanzada. Esto no sólo hace posible la producción a escala, y por esto mismo los precios bajos en los productos terminados, sino que también facilita el transporte de las materias primas en el país y los productos terminados al mundo.

2.2.2 Mercado internacional del Vidrio Flotado²⁹

El consumo de Vidrio Flotado a nivel mundial ha descendido en el 2009 con respecto al mismo periodo en 2008 y años anteriores, por la situación económica mundial, la variación del petróleo, las variaciones de valor de monedas extranjeras como el dólar o el yuan, la desaceleración de la construcción y la industria automotriz; variables que han afectado la comercialización del producto principalmente en los países más industrializados, donde – precisamente – se encuentran la mayoría de hornos de flotado a nivel mundial.

Este volumen en descenso de la producción del vidrio flotado se debe a la disminución en la demanda especialmente de la industria automotriz como consecuencia de la disminución de las ventas tras el cierre y la desaceleración de las Ensambladoras de vehículos, como la General Motors (GM), que se vio gravemente afectada por fueros de ventas, precios del producto y por la competencia, aspectos dados en el contexto de la crisis bancaria de Estados Unidos, que provocó la disminución de compra por parte de los consumidores y el límite de crédito por parte de los bancos.

²⁹ CORCHUELO, Fabián Mauricio, Ensayo para optar el título de especialización en gerencia de producción y operaciones. Universidad de la sabana, instituto de postgrados, especialización en gerencia de producción y operaciones.

2.2.2.1 Producción de Vidrio Flotado en el mundo³⁰

El mercado global del vidrio durante el 2008 fue de 50 millones de toneladas, y está creciendo de 4% a 5% por año, cerca de 30 millones de toneladas es vidrio de alta calidad y el restante 20 millones de toneladas es vidrio de baja calidad.

El 93% del mercado mundial del vidrio flotado es para el sector de la construcción, en donde el 40% es destinado para nuevos edificios, otro 40% para remodelaciones y el restante 20% para interiores; el sector automotriz consume el 7% de la producción total de vidrio flotado en el mundo y el 83% es dirigido al consumo para las ensambladoras de vehículos y el restante 17% para el sector automotriz de repuesto.

Producción global de vidrio flotado por Sector³¹:

Tabla 9. Producción global de vidrio flotado para Sector Construcción:

Sector	Volumen	
Nuevas construcciones	2,300 millones m ²	40%
Remodelaciones	2,300 millones m ²	40%
Interiores	1,200 millones m ²	20%
TOTAL	5,800 MILLONES m²	100%

Fuente: Información estadística suministrada del estudio PILKINGTON AND THE FLAT GLASS INDUSTRY 2008

³⁰ Ibíd.

³¹ Información estadística suministrada del estudio PILKINGTON AND THE FLAT GLASS INDUSTRY 2008

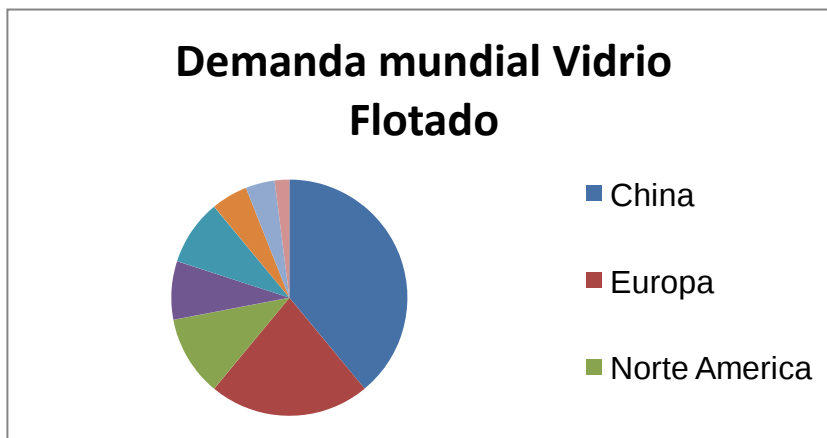
Tabla 10. Producción global de vidrio flotado para Sector Automotriz:

Sector	Volumen	
Ensamble	320 millones m ²	83%
Repuestos	70 millones m ²	17%
TOTAL	390 MILLONES m²	100%

Fuente: Información estadística suministrada del estudio PILKINGTON AND THE FLAT GLASS INDUSTRY 2008

La mayor participación de consumo de vidrio flotado se encuentra en Europa, China y Norteamérica, juntos suman el 70% de la demanda. China ha tenido alto crecimiento, en los años 90 contaba con el 15% de la demanda, ahora cuenta con el 40%. Esa gran cantidad de vidrio flotado producido en China llegó a Colombia después de los años 90, por una gran demanda ocurrida en ese mismo periodo en Colombia, tras la apertura económica.

Gráfico 2. Demanda mundial de vidrio flotado



Fuente: Información estadística suministrada del estudio PILKINGTON AND THE FLAT GLASS INDUSTRY 2008

2.2.2.2 Oferentes de Vidrio Flotado en el mundo³²

Considerando la alta calidad del vidrio flotado, la industria está relativamente consolidada, con cuatro compañías manufacturando el 60% del vidrio producido alrededor del mundo y tres que suministran las tres cuartas partes del vidrio usado en la industria automotriz. Dos de las cuatro compañías que manufacturan la mayoría del vidrio son japonesas, otra es francesa y la otra Americana.

Norte América está definida por Estados Unidos, México, Canadá, Centro América y las Islas del Caribe, Norte América tiene una demanda, respecto al mercado mundial, del 11% los cuales equivalen a seis millones de toneladas anuales y un consumo *per cápita* de 10kg, este mercado es abastecido por siete empresas manufactureras. Debido al cierre de dos ensambladoras de la empresa General Motors en Estados Unidos, la capacidad disponible fue colocada en Sur América, por eso para Colombia el principal proveedor de Vidrio Flotado es México.

El principal fabricante de vidrio flotado en Norte América es PPG Industries, cuyo principal producto es el vidrio especial, es decir de colores y con valor agregado. En Colombia, su representante directo es ELYTEC, que ha aumentado su participación en el mercado nacional durante los últimos años y es el principal proveedor de la empresa Colombiana Tecnoglass. Lo cual demuestra que la industria colombiana del vidrio flotado ha encontrado productos de valor agregado para afrontar la crisis mundial de este mercado, especialmente en el sector de la construcción.

Las principales plantas de donde Colombia se abastece del mercado Norteamericano son: Guardian en México, PPG del Sur de USA, Vitro México y Vidrio Andino de las plantas de Saint Gobain en México.

Sur América tiene un mercado de cerca de dos millones de toneladas anuales y un consumo *per cápita* de 5 kg. Las productoras de Vidrio Flotado en Suramérica están ubicadas principalmente en Brasil, en la parte sur del continente, y abastecen el mercado de Argentina, Chile, Perú y Brasil. Así, la capacidad disponible o alcanza para surtir a Colombia, el horno de Guardián que queda en Venezuela, entra a Colombia a través de la frontera terrestre, y es el que lo surte.

³² CORCHUELO, Op. Cit.,

Es conveniente resaltar que ETALUM LTDA ha trabajado con Guardián y no se han encontrado resultados favorables por los incumplimientos continuos que presentan en las fechas de entrega de los pedidos, además por ser la principal empresa para satisfacer la demanda en Colombia, ofrece precios altos a comparación con el mercado internacional.

Con relación a Europa, incluye Turquía, pero no Rusia, Ucrania ni Belorusia, el mercado total de Europa es de 10 millones de toneladas, tiene 8 principales productores autóctonos de vidrio flotado: Saint Gobain, NSG, SGC, Guardian, Sisecam, Euroglass, Sangalli e Interpane. Europa es un mercado maduro con alta proporción de productos con valor agregado como reflectivos, laminados, el consumo *per cápita* es de 17 kg.

China alcanzó los 23 millones de toneladas anuales producidas, esto representa el 40% de la producción global de Vidrio Flotado, con 170 líneas de flotado y con una calidad que va mejorando rápida y continuamente. El mercado Chino ha crecido en 10% cada año y continua haciéndolo, las proyecciones de crecimientos muestran que cada vez la capacidad disponible en China será mayor. Al mismo tiempo ofrece los menores precios del metro cuadrado, lo que hace de este País el de la mayor ventaja competitiva para este producto frente al mundo.

Por todas las razones mencionadas a lo largo del análisis del mercado mundial de aluminio y vidrio flotado el país seleccionado para la importación es China. A continuación se presenta una breve información sobre dicho país, con la intención de conocer detalles importantes como su cultura, situación política, formas de negociación, economía, entre otras.

3. PAÍS PROVEEDOR DE ALUMINIO Y VIDRIO FLOTADO: CHINA

3.1. GENERALIDADES DE CHINA³³

China es el país más poblado del mundo, con 1.330,0 millones de habitantes a julio de 2008, representando más del 20% de la población mundial. Dado que el país cuenta también con una gran superficie, la densidad es relativamente baja, 135 hab/km², sin embargo esta cifra es engañosa ya que casi dos tercios del país son zonas desérticas y montañosas prácticamente deshabitadas. El 94% de la población vive en el 46% de la tierra. Las zonas más densamente pobladas se encuentran en el este del país y las menos pobladas en el oeste. El 57% es población rural y el 43% restante es población urbana. Dados los movimientos migratorios que se están produciendo, se estima que para el 2035 el 70% de la población vivirá en las áreas urbanas.

Las principales ciudades son: Pekín, Shanghái, Cantón, Tianjin y Chongqing.

El crecimiento de la población es del 6 por mil, tasa bruta de natalidad del 13,45 por mil y la de mortalidad del 7 por mil. El 20,4% de la población tiene menos de 14 años, el 71,7% entre 15 y 64 años y el 7,9% por encima de los 65 años.

La mayoría de la población es rural debido al predominio de la agricultura como principal recurso de subsistencia. Sin embargo, el empuje que ha tenido la industria ha provocado el rápido crecimiento de numerosas ciudades. China es un país unitario y multiétnico, con 56 etnias en total. Entre ellas la Han es la más numerosa y representa el 91,6% de toda la población, mientras que las otras 55 llegan al 8%, y como son numéricamente menores en población, se las llama habitualmente minorías nacionales. Los grupos más importantes numéricamente son los zhuang, tibetanos, figures y mongoles.

Las condiciones sanitarias han mejorado enormemente en los últimos 40 años, pero aún así existen fuertes deficiencias, especialmente en las zonas rurales. Con todo la esperanza de vida se sitúa en torno a los 72,88 años como media.

³³ Proexport. Guía para exportar a China [En línea] Disponible en <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4073DocumentNo7376>. PDF [citado 6 de Febrero de 2012]

La población activa representa aproximadamente el 59% del total. De ésta el 43% empleada en el sector primario, 25% en el sector secundario y el 32% en el sector terciario.

La tasa de analfabetismo se sitúa en el 6,45% de la población adulta.

3.2. CULTURA³⁴

Respeto a mayores. Dada su cultura y tradiciones, el culto a sus mayores se representa por el grado de importancia que les dan a los mismos en cualquier ámbito. El mayor siempre suele ser el jefe del grupo o al menos goza de ciertos privilegios.

Señalar con el dedo: No se señala nunca con el dedo índice. Si quiere hacer alguna indicación deberá hacerlo con la palma de su mano abierta, similar a cuando se indica con la mano que cede el paso a una señora en una puerta, por ejemplo.

Pies: No se le ocurra poner nunca los pies sobre una mesa o una silla. Los pies siempre tienen que estar juntos en el suelo. Nunca haga ningún gesto con los pies, ni mucho menos arrastre objetos con ellos.

Emociones: Los chinos no suelen demostrar todas sus emociones en público, por su educación y cultura; por eso no es común verles sonreír o mostrar cualquier otro tipo de expresividad en público.

Efusividad: Las demostraciones públicas de afecto no son bien consideradas por ellos, y mucho menos cualquier tipo de efusividad entre parejas.

Empujones: Las filas o guardar los turnos no son una actitud que se acostumbre en China. De hecho, por la numerosa población, hay que estar preparado para los empujones y las aglomeraciones.

Propinas: Son consideradas un insulto en China. La mayoría de los hoteles y establecimientos chinos no aceptan las propinas. Evite dar propinas en

³⁴ RAMÍREZ, Juan Manuel. China: la cultura es el secreto de los negocios [En Línea] Disponible en la web: <http://www.portafolio.co/negocios/china-la-cultura-es-el-secreto-los-negocios> [citado 8 de Febrero de 2012]

establecimientos tradicionales; déjelo solo para los establecimientos más internacionales.

Silbar: No tienen costumbre alguna de silbar y es considerado un gesto poco educado. No silban ni para llamar la atención ni por pura diversión. Simplemente no se hace, al menos en público.

Mover las manos: Llevarse las manos a la boca no es correcto en China, por lo que se debe evitar morder las uñas o tocar los dientes.

3.2.1 Cultura de negocios³⁵

Ética de Negocios

Las relaciones personales en los negocios son críticas. Los chinos se sienten más a gusto haciendo negocios con "viejos amigos", y es importante para los exportadores, importadores e inversionistas establecer y mantener relaciones cercanas con sus contrapartes chinos y con las agencias del gobierno relevantes. Es igualmente importante establecer fuertes relaciones personales con los agentes chinos, los distribuidores, los compradores y los usuarios finales. Indiscutiblemente las buenas relaciones personales serán de gran ayuda en el desarrollo de los negocios en China.

Los chinos son grandes amantes del humor. Es una buena táctica intentar que se rían. No se deben forzar a hablar de política. Es un asunto que prefieren eludir. La mayor parte de chinos que habla inglés posee un vocabulario muy limitado. No obstante, si no entienden nunca lo dirán, se limitarán a sonreír. Cuando se hace algún tipo de negocio con ellos es muy útil hacer que repitan lo que se les va explicando para comprobar que lo han entendido y que están de acuerdo; Así se ahorrará mucho tiempo y se evitarán malentendidos. Es importante insistirles en que escriban los puntos más importantes para retomar las conversaciones posteriormente sin tener problemas. Las horas más propicias para hacer negocios son entre 9:00 y 11:00 hrs.

Reuniones

En las reuniones, el saludo social consiste en la típica inclinación y una pequeña sonrisa. No se utiliza el estrechamiento de mano, pero es muy habitual que lo

³⁵ World Trade Guide . Guía de China, elaborada por la Oficina Comercial en Pekín. [en línea] Disponible en la web en: <http://co.china-embassy.org/esp/> [citado 8 de Febrero de 2012]

realicen por respeto sin sentirse ofendidos por ello. Las costumbres occidentales se están adoptando progresivamente en China, pero los besos y abrazos son muy poco habituales, incluso entre las parejas casadas.

La raza china carece de una enzima que permite metabolizar el alcohol de la misma forma que la raza blanca, por lo que suelen emborracharse mucho más deprisa. Es recomendable beber poco alcohol durante las comidas, ya que ellos por educación van a beber cuando la otra persona lo haga.

Los chinos tienen una capacidad increíble para dormirse en los lugares más inverosímiles y por periodos muy cortos de tiempo. Pueden dormirse tranquilamente en una reunión, sin que para ellos sea una falta de respeto.

Costumbres

El pueblo chino es laborioso e inteligente, gente hospitalaria y cortés, que brinda toda su cultura a los visitantes que acuden al país, pero esta cortesía nada tiene que ver con la occidental, ya que es siempre muy ritual. Los chinos tienen costumbres muy peculiares: al saludarse no está bien visto besarse ni abrazarse, pues no expresan sus sentimientos en público.

Las reuniones de negocios siempre deben iniciar con prontitud, por lo que es importante llegar pronto para la introducción de la norma formal. Es habitual que se presente a la persona de más alto rango en la reunión en primer lugar, seguido por los demás en orden descendente de antigüedad.

Un apretón de manos es el modo estándar para saludar a los hombres y las mujeres, cualquiera que sea su edad o antigüedad. Tenga en cuenta que los chinos respetan a sus ancianos, entonces mostrar un poco más de cortesía en la presencia de una persona de edad, se apreciará mucho en usted.

Cuando se entregan tarjetas de visita, es muy importante tomarla por las esquinas de la misma con las dos manos y no tirarla nunca por encima de la mesa o tomarla con una mano. Nunca se debe poner el dedo encima del nombre de la persona, ya que consideran que el nombre escrito es el reflejo del alma de la persona. Por ese motivo, es conveniente no realizar anotaciones sobre las mismas. Las tarjetas deben guardarse preferentemente en el bolsillo de la camisa; de esta forma, al estar cerca del corazón, interpretan que se tienen buenos sentimientos hacia ellos. Nunca se debe guardar una tarjeta por debajo de la línea de la cintura, ya que cualquier chino lo va a interpretar como un grave desprecio.

Al encontrarse con posibles socios comerciales, es útil conocer algo de mandarín. Simple frases tales como "Ni hao" (hola) "Zao Shang Hao (buenos días) y Xia Hao Wu (buenas tardes) puede llevarlo por un largo camino. Tenga en cuenta que los

apellidos se colocan en primer lugar, por ejemplo: Señor Yao Ming. Por lo tanto, debe abordarse como "el señor Yao".

3.3 ACUERDOS COMERCIALES CHINA-COLOMBIA³⁶

Con la entrada de China a la Organización Mundial de Comercio – OMC, en 2001, la apertura de China al exterior ha estado acompañada de una continua modificación de su dispositivo aduanero y por un desarme arancelario.

La nueva Ley de Comercio, en vigor desde el 1 de julio de 2004, abrió la posibilidad de operar en el comercio exterior a las personas naturales, y no solo a las empresas.

Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC)

El PBEC, fue creado en el año de 1967, por iniciativa del Comité Cooperativo de Negocios Japón - Australia. El PBEC es un organismo de cooperación del sector empresarial, busca promover la colaboración económica entre los países miembros mediante el desarrollo económico y social que apoya a través del comercio exterior, la realización de foros internacionales y la asesoría a los gobiernos y otros organismos en la búsqueda de la expansión del comercio y la cooperación en la Cuenca del Pacífico.

Estados Unidos y Japón fueron los fundadores de este organismo. Actualmente, PBEC está integrado por más de 1.200 empresas, localizadas en 20 economías de la región: Australia, Canadá, Chile, Colombia, Corea, Ecuador, Estados Unidos, Rusia, Fiji, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Taipei, República Popular China y Tailandia.

Los objetivos fundamentales del PBEC son: Estimular el comercio y la inversión; Fortalecer el sistema de libre empresa; Impulsar la colaboración económica y promover una mayor coordinación entre los sectores empresariales de las economías de la región; Políticas confiables y continuas de apertura a la inversión extranjera; políticas macroeconómicas que limiten la inflación y apertura a la economía global a través del libre movimiento de exportaciones, entre otros.

Colombia ingresó a este organismo en el año 1.994. La Cámara de Comercio de Bogotá tiene a su cargo la Secretaría Técnica para el Capítulo de Colombia en el PBEC. El Comité Colombiano del PBEC presta apoyo a los países miembros y a

³⁶Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia. Foro de Cooperación Asia Pacífico – APEC. Organización Mundial de Comercio – OMC.

las empresas afiliadas a través de información y asesoría comercial, estudios y publicaciones, contactos empresariales, ruedas de negocios, cursos y seminarios. El PBEC ha venido trabajando en programas de cooperación, principalmente con los países de menor grado de desarrollo. Ha impulsado la liberación del comercio y la adopción de reformas económicas, tratando de conciliar los diferentes intereses de los países de la Cuenca.

Para lograr lo anterior, se han formado comités especiales de Agricultura, Medio Ambiente, Turismo, Comunicaciones, Transporte y Transferencia de Tecnología, así como algunos comités para la coordinación de las relaciones del PBEC con otros organismos de la región, como son el PECC y el APEC, manteniendo con ellos estrechas relaciones y desarrollando programas conjuntos de cooperación en beneficio de los países miembros.

Organización Mundial del Comercio (OMC)

China entró en la OMC en diciembre del año 2001, sin embargo, muchos de los compromisos tomarán de tres a cinco años antes de tornarse eficaz, pero para tomar ventaja de las nuevas oportunidades e incertidumbres y superar los desafíos, la preparación empieza ahora.

El crecimiento de la demanda externa será facilitado por la entrada a la OMC, así como por el fuerte crecimiento del comercio mundial. Las exportaciones de bienes y servicios crecerán a las proporciones de dos dígitos.

El ingreso de China a la OMC tiene las siguientes implicaciones:

- El nuevo status de China dentro de la comunidad comercial mundial tendrá efectos profundos en la exportación e importación.
- Más y mejor comercio para China y el resto del mundo como resultado del ingreso a la OMC.
- China recibirá sustanciales reducciones de aranceles entre sus socios comerciales y tendrá acceso a socios nuevos. China cortará los aranceles en un rango ancho de productos agrícolas e industriales.
- La entrada a la OMC dará un empuje importante frenando las barreras restrictivas y abriendo los cauces para la inversión directa y la transferencia de tecnología externa. La competencia extranjera aumentada en estas áreas obligará a las empresas chinas a acelerar las reformas, abriendo a los grandes sectores mundiales de la economía que se había mantenido tradicionalmente cerrada a los inversionistas externos. Las telecomunicaciones, servicios financieros y la distribución, así como una variedad de servicios técnicos y profesionales también estarán por primera

vez abiertos. La competencia extranjera incrementada en estas áreas obligará a las empresas chinas a acelerar reformas.

- Según las estimaciones del Banco Mundial sobre el potencial de crecimiento chino después de su entrada a la OMC, su porción en las exportaciones mundiales se doblará en un espacio de cinco años de 3,7% en los actuales tiempos a un 7,3% hacia el año 2005. Se espera que las importaciones mundiales tengan un ascenso marginal más rápido que las exportaciones: del 3,4% al 7,2% en cinco años.
- En la medida que la competencia extranjera exponga las ineficacias de compañías domésticas protegidas, el capital se encauzará hacia las compañías más eficaces. Uniéndose a la OMC, China tendrá que cambiar el objetivo de su crecimiento de la cantidad a la calidad.
- Los compromisos de la OMC son por supuesto internacionales y China es demasiado dependiente del comercio internacional como para arriesgarse a las consecuencias de los incumplimientos. Pero con cualquier cambio habrá caídas que se causarán por el forcejeo para cumplir con las obligaciones de la OMC.
- Las empresas extranjeras que importan y exportan a China pueden esperar los siguientes beneficios: Eliminación del uso forzado de intermediarios estatales; la habilidad de poseer y manejar su propia red de distribución y depósitos, así como los productos de las ventas; tendrán derecho a conducir un mercadeo independiente y prestar autónomamente servicios y apoyo al cliente; eficaz asesoría legal, publicidad, servicios bancarios, seguros y logística en la medida que las empresas extranjeras entren en el mercado y ayuden a levantar los estándares del servicio, y tal vez lo más importante, la disminución de los aranceles y la eliminación de derechos comerciales restrictivos y las cuotas.
- En el campo complejo de las leyes de "copyright" en China, todavía el país no es capaz de dar confianza en su habilidad para proteger la propiedad intelectual. China todavía debe progresar mucho para mejorar su sistema y hacer que a la entrada en vigor de las normas de la OMC sea compatible con el acuerdo TRIP (Acuerdo para el comercio relacionado a los aspectos de derechos de propiedad intelectual bajo la OMC) y reducir el 90% o más de los niveles de piratería que impiden el desarrollo de derechos de propiedad intelectual doméstica.

3.3.1 Posible TLC con China³⁷

Presidentes de ambos países firmaron principios de acuerdo para impulsar la cooperación.

Los presidentes de Colombia, Juan Manuel Santos, y de China, Hu Jintao, testimoniaron la firma de nueve acuerdos de cooperación en diversas áreas estratégicas para sus respectivos países y comenzaron así lo que parece ser una nueva era en sus relaciones comerciales y políticas.

Entre los nueve asuntos abordados hay cinco de trascendencia: la construcción de un oleoducto que permitirá la salida de crudo colombiano y venezolano, por el Pacífico, a Asia; la firma de un tratado de libre comercio (TLC) entre los dos países; la recuperación del río Magdalena con propósitos de dragado, navegabilidad e hidroenergía; la exportación de carne bovina y la construcción de una red férrea.

Aunque en principio se trata de la firma de memorandos de intención para analizar la viabilidad de estas iniciativas, la recepción que el líder del gobierno chino le dio a Santos y a su equipo en el imponente Palacio del Pueblo, de Beijing, y sus palabras, dejan ver la seriedad del proceso.

"Si lo que se firmó se convierte en proyectos específicos esta visita pasará a la historia, porque va a significar un avance muy importante en comercio e inversión", dijo el presidente Santos al terminar su encuentro con el líder chino.

"El anuncio del presidente Juan Manuel Santos, a su llegada a Pekín, de estudiar en conjunto con China la posibilidad de negociar un tratado de libre comercio (TLC) con ese país dividió las opiniones del sector privado.

El presidente Santos y cinco de sus ministros arribaron a la capital china, en el marco de una visita de Estado, y, de inmediato, el mandatario se manifestó

³⁷ PEÑA, Edulfo. El tiempo. [En línea]. Disponible en:

http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-11750301.html
[citado 9 de Mayo de 2012]

dispuesto a iniciar la primera etapa que lleve a la firma de un TLC con el gigante asiático. "Nos han dado -dijo Santos- señales positivas. Posiblemente iniciemos las conversaciones para la negociación de un tratado de libre comercio, y eso para nosotros es muy, muy importante".

También de inmediato, el presidente de la Asociación Nacional de Empresarios (Andi), Luis Carlos Villegas, quien llegó con el presidente, expresó que no ve con buenos ojos esa iniciativa. El gobierno Colombiano cree que un TLC con China sería una gran oportunidad.

Pero Villegas dijo que "no es conveniente" hablar en estos momentos de un acuerdo de ese tipo con la segunda economía del mundo por el manejo que este país tiene del dólar.

Por su parte, el presidente de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), Rafael Mejía, envió una carta al ministro de Comercio, Sergio Díaz-Granados, pidiendo incluir al gremio en la comisión que estudiará la viabilidad del acuerdo comercial con China, mientras su homólogo de Acolfa (organización de los fabricantes de autopartes), Camilo Llinás, pedía hacer "un pare con los TLC" y ver si vale la pena continuarlos.

En Pekín, los ministros de Comercio de Colombia y de China acordarán la creación de un grupo de estudio público-privado para avanzar en los alcances, el análisis y la identificación de las sensibilidades de un TLC bilateral, trabajo que debe concluir en junio del año entrante. Para Mejía, China está mejorando su nivel de vida rápidamente y está comprando alimentos, como proteína animal, con lo cual se abren todas las perspectivas para el sector agropecuario.

"Además, está la inversión en infraestructura, sobre todo en zonas en que no somos competitivos, como ferrocarriles, carreteras y navegabilidad".

Según el directivo, es lógico que China también exporte. Para quienes se vean afectados, hay que mirar "cómo defenderlos, y esta defensa puede ser desde cambios radicales de actividad hasta cambios con intensidad de productividad, etc."

Camilo Llinás, por su parte, dice no estar animado con ningún acuerdo con China,

fuera de los de cooperación, doble tributación e inversiones. Incluso, acuerdos como con el Mercosur o México solo han servido para que "nos vendan más y no para exportar hacia allá". Con China, advirtió Llinás, "la negociación sería desequilibrada, y no se debe negociar nada de la industria".

3.4 ECONOMÍA³⁸

Tabla 11. Coyuntura Económica de China 2011

	2007	2008	2009 (e)	2010 (p)
Crecimiento económico (%)	14,2	9,6	9,1	10,5
Balance del sector público (% PIB)	0,6	-0,4	-2,8	-2,3
Balance de cuenta corriente (% PIB)	11	9,4	6	4,9
Deuda externa (% PIB)	11,1	8,3	8,1	7,9
Reservas de divisas	11,3	19	29,9	22,8

Fuente: COYUNTURA ECONÓMICA DE CHINA 2011. [En línea] Disponible en <http://www.trading.safely.com> [Consultado Junio 1 de 2012]

Tabla 12. Crecimiento del PIB de China

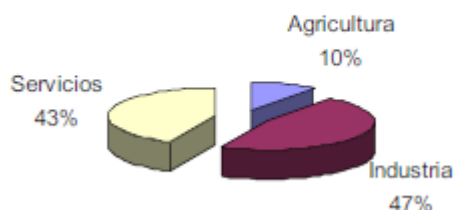
% CRECIMIENTO PIB	2008	2009	2010	2011
ASIA ORIENTAL, EXCL. CHINA	4,8	1,3	4,7	5,1
CHINA	9,0	8,4	9,0	9,0

Fuente: CRECIMIENTO DEL PIB DE CHINA. [En línea] Disponible en <http://www.trading.safely.com> [Consultado Junio 1 de 2012]

Gráfico 3. PIB de China

³⁸ SILVA RUETE, Javier. Revista Moneda Internacional, El desarrollo exportador de china. [En línea] Disponible en la web: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/Moneda-134/Revista-Moneda-134-07.pdf> [Citado 29 Febrero de 2012]

PIB CHINA 2010



Fuente: Central intelligence Agency CIA Banco Mundial. [en línea] Disponible en: [http://www.indexmundi.com/es/china/producto_interno_bruto_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/china/producto_interno_bruto_(pib).html) [Consultado Mayo de 2012]

Tabla 13. Indicadores Económicos China

Extensión	9,6 millones de km ²
Población en el año 2010	1.330 millones de habitantes
PIB 2010 (PPA)	9,85 billones de \$US
Crecimiento PIB 2010	10,1%
Crecimiento 2011 (previsión)	9,6%
Renta per cápita 2010 (PPA)	7.400 \$US
Inflación % 2010	5%
Deuda exterior 2010	406.600 millones de \$US

Fuente: Central intelligence Agency CIA Banco Mundial. [en línea] Disponible en: [http://www.indexmundi.com/es/china/producto_interno_bruto_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/china/producto_interno_bruto_(pib).html) [Consultado 29 Febrero de 2012]

3.4.1 Integración de China en el mercado mundial³⁹

La expansión de China ha sido dramática desde fines de la década de 1970, con un crecimiento anual promedio de alrededor del 9 por ciento. China también ha tenido un desarrollo notable en la formación de capital, impulsado por la alta tasa de ahorro doméstico, la cual se estima en alrededor del 50 por ciento del PBI, según última información del FMI. La tasa anual de inflación ha sido aproximadamente 1 por ciento entre 1996 y 2003, el cual fue un periodo

³⁹ Ibíd.,

caracterizado también por episodios de deflación, a pesar del crecimiento acelerado.

En el frente externo, la expansión de la participación de China en el comercio internacional ha sido uno de los rasgos más saltantes de su desarrollo.

Las exportaciones chinas crecieron 5,7 por ciento en promedio en la década de 1980, 12,4 por ciento en la década de 1990, y 20,3 por ciento entre 2000 y 2003. Hacia 2003, la tasa de crecimiento de las exportaciones chinas era siete veces más grande que la tasa de crecimiento de las exportaciones a nivel mundial. Asimismo, los flujos de inversión directa extranjera han aumentado dramáticamente, y ascienden actualmente a más de mil millones de dólares semanales.

Como resultado de su notable crecimiento económico, China ha dejado de pertenecer al grupo de países en desarrollo de bajos ingresos, y alrededor de 400 millones de personas han salido de la pobreza desde fines de la década de 1970.

3.4.2 China y América Latina

La experiencia china ofrece lecciones muy importantes para América Latina. A mediados de la década de 1950, el ingreso per cápita de América Latina crecía a mayor velocidad que el de China, y un poco menos rápido que el del resto del este de Asia. Sin embargo, el dinamismo de América Latina decayó en las décadas de 1960 y 1970, exactamente cuando el este de Asia comenzó a cobrar impulso gracias a la industrialización orientada a la exportación. Más tarde, China comenzó a seguir las políticas de sus vecinos más exitosos. En las siguientes dos décadas, la brecha entre América Latina y el este de Asia se fue ampliando. Lo más importante de esta historia es cómo la región del este asiático pudo librar a una gran proporción de su población de la pobreza, y cómo América Latina ha fracasado consistentemente en reiniciar un crecimiento sostenido y reducir la pobreza.

América Latina está bien posicionada en varios aspectos. Primero, a medida que el consumo agregado de China aumenta con el nivel de actividad económica, Latinoamérica está en buena posición para proveer al mercado chino con productos agrícolas, alimentos procesados, y servicios (como el turismo). Segundo, China es un mercado atractivo y grande para los inversionistas

latinoamericanos, y una fuente potencial de inversión directa extranjera para la industria de América Latina. En las últimas dos décadas ha habido un número creciente de vinculaciones comerciales bilaterales entre China y América Latina.

Los esfuerzos por establecer lazos económicos más estrechos con China, con el fin de aprovechar los beneficios de la creciente demanda china, han comenzado a rendir frutos. Algunos países latinoamericanos se han convertido en importantes proveedores del mercado chino. Mientras una parte importante de estas exportaciones en la actualidad consiste en materias primas,

China podría comenzar a absorber productos de mayor valor agregado, a medida que los ingresos de su población aumentan. Es muy probable que la demanda por productos más sofisticados y variados aumente y que, como resultado, el comercio industrial se vuelva más importante dentro del intercambio bilateral. En este contexto, es natural considerar, como parte de la agenda de los próximos años, la posibilidad de un tratado de libre comercio o acuerdo de complementación económica con China.

3.4.3 Balanza comercial China – Colombia⁴⁰

La balanza comercial entre China y Colombia se ha caracterizado por ser deficitaria. El déficit ha crecido a un tasa promedio anual de 31% es decir Colombia es un importador neto de China, mientras que nuestro país es exportador neto de 46 partidas arancelarias e importador de 942 partidas.

La oferta exportable Colombiana a China se concentra principalmente en los sectores de Industrias básicas del hierro y acero además de industrias básicas de metales preciosos y de metales no ferrosos. En segundo renglón se encuentran el sector curtido y preparados de cuero, seguido del sector fabricación de productos de refinación de petróleo registradas sólo en el 2005 y considerado como un potencial nicho de mercado.

Las exportaciones colombianas hacia China crecen a un promedio del 38% anual. Los principales productos exportados a China en su orden de participación son: el

⁴⁰ VACCA, Angela María. A equilibrar la balanza [En línea] Disponible en: http://www.usergioarboleda.edu.co/altus/economia_colombia_china.htm [Consultado 1 de Marzo de 2012]

ferroníquel, los desperdicios de cobre, los cueros y las pieles, hexanolactama y desperdicios de aluminio. Cerca del 95% de las exportaciones están concentradas en estos productos.

De acuerdo con lo anterior, se puede observar claramente que el crecimiento de las exportaciones no significa diversificación de productos, por lo que la oferta exportable colombiana se encuentra concentrada en productos de bajo valor agregado. Colombia sigue en los primeros eslabones de la cadena de valor, que no permiten mayor margen de beneficio para el país. Se hace necesario reforzar la búsqueda de bienes exportables con mayor valor agregado que enriquezcan las exportaciones colombianas y permitan al empresario nacional incursionar de manera positiva en el mercado chino, todo esto con base en la competitividad cada vez más desarrollada en los mercados internacionales.

3.4.4 Comercio Exterior⁴¹

Las *importaciones* chinas tuvieron un valor de 1,3 billones de \$US de US dólar. Los principales productos importados fueron Maquinaria y bienes de equipo, petróleo, equipos médicos y ópticos, según datos de CIA correspondientes a 2010. Los principales proveedores extranjeros del mercado chino fueron: Japón, Hong Kong, Corea del Sur y Estados Unidos.

Por otro lado, las *exportaciones* chinas alcanzaron un valor de 1,5 billones de \$US millones dólares (2009est). Los productos chinos más exportados son: Maquinaria eléctrica, ordenadores y textiles s. Los principales destinos son EEUU, Hong Kong, Japón y Corea del Sur.

Según la OMC, China es el 1º país más exportador y el 2º más importador de mercancías. Durante los años 2000-2009, las exportaciones se incrementaron en un 19% y las importaciones en un 18%.

El año 2009 fue uno de los más duros de la historia comercial de China, circunstancia que ha quedado convenientemente reflejada en la estadística oficial con un desplome de las exportaciones en un 16% interanual. Aunque muestran

⁴¹ CIA/ OCM / NATIONAL BUREAU OF STATISTICS OF CHINA. [En línea] Disponible en la web en: www.stats.gov.cn/was40/gjtjj_en_detail.jsp?searchword=Exports&channelid=9528&record=1 [Consultado en 1 Marzo de 2012]

aún cierta debilidad, uno de los dos motores de la economía china (su consumo interno) ha empezado a funcionar de nuevo en los dos últimos trimestres, contribuyendo a lograr el objetivo gubernamental de crecer al 8,7% en 2009. A pesar de que China ha logrado adelantar a Alemania en las cifras de exportación absolutas, los analistas no olvidan que, obviamente, las ventas de ambos países no son comparables en términos de valor añadido. Pero gracias a incrementos anuales superiores al 25 por ciento en el período 2000-2007, las exportaciones chinas han logrado el hito de desbancar a las alemanas apenas un par de años después de haber superado a la economía germana como la tercera más importante del mundo.

3.4.5 Logística y transporte⁴²

La República Popular China se encuentra situada en el Este de Asia. Es el país más poblado del mundo, con más de 1300 millones de habitantes. Es el cuarto país más grande en extensión después de Rusia, Canadá y Estados Unidos.

China tiene una extensión total de 9.596.960 km², una extensión de fronteras de 22.117 kilómetros y una longitud de Costa de 32.000 km., de los cuales 18.000 km. son continentales y 14.000 km. son insulares. Limita 14 países en total, Afganistán, Bután, Birmania (Myanmar), India, Kazajistán, Kirguistán, Laos, Mongolia, Nepal, Corea del Norte, Pakistán, Rusia, Tayikistán y Vietnam.

China se encuentra dividida en 3 zonas, zona norte, zona sur y zona este. Por ello es importante que el exportador defina qué área le interesa. En el Norte, las localidades estratégicas son Tianjin, Dalian y Qingdao, en el Este, Shanghái y Ningbo y en el Sur Shenzhen, Guangzhou, Fuzhou y Xiamen, entre otros.

El comercio entre Colombia y China se moviliza principalmente por vía marítima, hoy en día existen diferentes servicios entre los dos países. Se pueden contar con servicios tanto directos como en conexión.

Es importante tener en consideración las variables, tiempo de tránsito y puerto o aeropuerto específico de destino, ya que algunos puertos o aeropuertos chinos pueden carecer de la infraestructura requerida.

⁴² Proexport. Guía para exportar a China. [En línea] Disponible en: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4073DocumentNo7376.PDF>

El transporte por ferrocarril resulta ser el más barato de los medios de transporte en China, movilizando cerca del 35% de las mercancías en este país. La red ferroviaria cuenta con 67.540 Km., concentrados en su mayoría en la parte oriental del país. Sin embargo, el sistema no está lo suficientemente desarrollado para atender la totalidad de la demanda existente. Utilizar el ferrocarril implica numerosos riesgos para la mercancía, como el hurto, daños, pérdidas, así como retrasos y falta de información; normalmente las líneas férreas están congestionadas y sobreexplotadas.

El transporte por carretera es el medio más utilizado por las empresas extranjeras tanto para el transporte de carga de larga distancia, como de corta distancia, aunque no es la opción más económica. China cuenta con 1.515.797Km de vías pavimentadas, de los cuales 16.550Km son autopistas y 9.078Km carreteras de primera clase, esto facilita el acceso por carretera hacia el interior del país.

Un punto a tener en cuenta son las complejas y variadas normas de carácter administrativo que tienen el manejo de las certificaciones y el etiquetado de los productos que van a ingresar en el mercado chino. Las normas presentan variaciones de acuerdo a la región, pero como criterio general, toda etiqueta debe ir en chino, especificando características del producto, propiedades, usos, nombre y marca de fábrica, fechas de elaboración y vencimiento, entre otros.

3.4.5.1 Acceso Marítimo

El 99% de la carga que se moviliza entre Colombia y China se hace por vía marítima. Las costas chinas se caracterizan por tener importantes puertos a lo largo de la costa, China cuenta con una amplia infraestructura portuaria, con un número superior a 350 puertos y subpuertos o auxiliares. Aproximadamente el 57% de éstos se dedican a la actividad comercial internacional. Así mismo, la expansión marítima oscila entre un 100% y un 200% construyendo nuevos terminales con capacidad de almacenamiento de 8.000 TEUS.

El principal objetivo que tienen los puertos chinos es el transporte de carbón, minerales importados y cereales, para dicho fin se ha intensificado el sistema especial de transporte de contenedores, con lo cual el gobierno ha venido construyendo una serie de muelles de aguas profundas para el transporte de contenedores en puertos como Dalian, Tianjin, Gingdao, Shanghái, Ningbo, Xiamen, Shenzhen.

Por su impacto comercial, su infraestructura y la afluencia de recaladas de navieras internacionales, vale destacar los puertos de: Dalian (Noreste); Tianjin y Qingdao (Beijing y Norte de China); Shanghái (Este); Guangzhou, Shenzhen, Xiamen, Fuzhou, (China meridional), Yantian y Yingkou y adicionalmente Hong Kong.

Principales puertos

El Puerto de Shanghái es el puerto más grande de la parte continental de China y uno de los más importantes puertos para comercio exterior. Se encuentra situado en el centro de los 18.000 kilómetros de la costa de China. En el 2006 el tráfico de contenedores alcanzó un total de 21.71 millones de TEUs, colocándolo como el tercer puerto de contenedores más grande del mundo. Adicionalmente cuenta con un terminal en el océano a 230Km de Shanghái.

El Puerto de Shenzhen está ubicado en la provincia de Guandong al sur de China, constituyéndose en la zona económica especial más próxima a Hong Kong, las compañías que envían mercancías a este puerto se pueden ahorrar entre el 20% y el 30% en costos locales.

El Puerto de Hong Kong es uno de los más eficientes, puesto que allí un barco se puede demorar la mitad de tiempo en ser cargado y descargado de lo que tarda en Shenzhen. Cuenta con 9 terminales de carga y se especializa en el manejo de contenedores.

En cuanto a servicios, existen diferentes opciones para los exportadores colombianos a cualquiera de los puertos antes mencionados. Las navieras presentan servicio con conexión, lo cual facilita el envío de carga hacia China.

Aunque se cuenta con múltiples servicios desde Colombia, el principal inconveniente se presenta en los largos tiempos de tránsito y los transbordos en puertos del Caribe, Norte de Europa y en puertos del pacífico (Panamá, Perú, Corea del Sur y Japón) que la mayoría de las veces deben realizarse antes de recalar en este país.

4. SELECCIÓN PROVEEDOR EN CHINA DE ALUMINIO Y VIDRIO FLOTADO

Para la selección de las empresas proveedoras de Perfiles de Aluminio y Vidrio Flotado, se contacto a Juan Fernando Monsalve, Profesional en Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas de Bucaramanga, quien actualmente reside en China, y se desempeña como intermediario en negocios entre dicho País y Colombia. El señor Monsalve consultó información sobre las empresas exportadoras de perfiles de aluminio y vidrio flotado, que cumplieran con los requisitos que la empresa ETALUM LTDA requiere, en calidad, tiempo de abastecimiento y precios.

Posteriormente se procede a consultar información relevante sobre las empresas, precios, calidad, capacidad productiva, venta mínima, % de exportaciones, principales mercados y plazos de entrega. A cada aspecto se le asigna un porcentaje con el fin de ponderar y seleccionar la mejor empresa.

Las características con el mayor peso (porcentaje) son calidad con 25% y precio con 20%, estas dos, son los principales criterios que tiene en cuenta ETALUM LTDA en el momento de escoger sus proveedores, ya que representan el valor percibido por los clientes y permiten ser más competitivos. El volumen de producción tiene asignado 15%, es fundamental conocer la capacidad productiva de la empresa para saber si ésta puede satisfacer de manera idónea los requerimientos y además justo a tiempo. Principales mercados tiene 10%, es importante saber la experiencia de la empresa y aun más, si ésta ha exportado a Latinoamérica, ya que para el caso de los perfiles de Aluminio en cada continente se presenta diferentes diseños para la ventanería, debido a las condiciones climáticas y arquitectura de edificaciones. Para plazo de entrega también se fija 10%, este ítem es significativo porque tiene que ser menor obligatoriamente menor a 30 días. Venta mínima tiene 10% y se considera apreciable porque si dicha cantidad supera el requerimiento de materia prima, el proveedor no sería considerado apropiado para la empresa.

Una vez seleccionadas la empresa proveedora, se solicita muestras de los productos, para confirmar la calidad.

Tabla 14. Información posibles empresas proveedoras de Aluminio en China

EMPRESA	PRECIO FOB	CALIDAD	PRINCIPALES MERCADOS	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	VENTA MINIMA	PLAZOS DE ENTREGA	% EXPORTACION
Galuminum group ltda	USD \$ 3.0-3.5 kg	Iso 9001-2008 I	Norte América Sur América Europa Asia	4000 toneladas por mes	12 toneladas	15-20 días	61-70 %
Jingyin longxin material co.	USD \$ 3.2- 3.6 kg	Iso 9001-2000	Norte América Europa occidental Asia	600 toneladas por mes	12 toneladas	25-30 días	11-20 %
Zhangjiangan g kingpower aluminum industry co.	USD \$ 3.3 - 4 kg	Iso 9001-2008	Norte America Europe china	500 toneladas por mes	25 toneladas	20-30 días	21-30 %
Guangzhou weibang aluminium co.	USD \$ 3.5-4.5 kg	Iso 9001-2000	África Norte América Este de Europa	2000 toneladas por mes	12 toneladas	15-20 días	20 %

Fuente: PROVEEDORES DE ALUMINIO EN CHINA [En línea] Disponible en: <http://www.lslc.cn>, <http://www.jinbang.com.cn>, <http://www.gzga.com.cn>, <http://gzweibang.preview.alibaba.com> or <http://www.wbly.net>

Tabla 15. Selección empresa proveedora de Aluminio

	%	GALUMINIUM GROUP	JINGYIN LONGXIN MATERIAL	ZHANGJIANGANG KINGPOWER ALUMINUM	GUANGZHOU WEIBANG ALUMINIUM
PRECIOS	20%	4	3	2	1
CALIDAD	25%	4	1	2	3
PRINCIPALES MERCADOS	10%	3	4	2	1
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	15%	4	2	1	3
PLAZO DE ENTREGA	10%	4	2	1	3
% EXPORTACIÓN	10%	4	1	3	2
VENTA MINIMA	10%	4	2	1	3
TOTAL	100%	3,9	2,05	3,55	2,3

Fuente: Autores

4.1 PROVEEDOR DE ALUMINIO⁴³

Fue seleccionada GAluminum Group Co., Ltd, la cual cumple de manera idónea con los requisitos de ETALUM LTDA, y logra superar los mismos, ofreciendo alta calidad, mediante la gestión de las normas ISO 9001, eficiencia y precios razonables. La empresa trabaja con maquinaria avanzada lo cual permite mayor precisión en el resultado de las piezas de aluminio.

GAluminum Group Ltd (GAL), creada en 1985, es una de las empresas líderes en China que se especializa en la fabricación de perfiles de construcción de aluminio para puertas y ventanas.

GAL tiene su sede en Guangzhou, posee tres bases de producción modernos que cubren una superficie total de más de 250.000 metros cuadrados con un total de 850 empleados.

En la actualidad la producción anual ha llegado a 40.000 toneladas métricas. A través de la cooperación con las empresas avanzadas internacionales y las organizaciones profesionales de científicos nacionales, el nivel técnico, la gestión se ha mejorado en los últimos 20 años y los equipos de tecnología avanzada introducidas desde el extranjero a fin de garantizar la calidad de nuestros productos.

Ahora, los productos principales incluyen extrusiones para la construcción de la industria y otros usos industriales con el tratamiento superficial de anodizado, recubrimiento electroforético, pintura en polvo, PVDF, línea de pintura de transferencia de madera, rotura de puente térmico y perfil de aluminio, más de 200 series de ventanas y puertas como bisagras, correderas, toldos, doble pliegue, pivote de apertura, etc, en descanso normal, térmico y los sistemas de madera aluminio.

⁴³ PÁGINA OFICIAL DE LA EMPRESA GALUMINIUM GROUP CO.,LTD [En línea] Disponible en: <http://www.gzga.com.cn> [Consultado 3 Marzo de 2012]

Tabla 16. Información proveedor Aluminio

Nombre de la Empresa	GAluminium Group Co., Ltd.
Tipo de Negocio	Manufactura, empresa comercial
Principales Productos	Perfiles de Aluminio, Aluminio para ventanas, Aluminio para puertas
Dirección	No. 55 Qingyun Road, Jianggao Twon, Baiyun Dist., Guangzhou, Guangdong, China (Mainland)
Número de empleados	Aprox. 850 personas

Fuente: GAluminium Group Co. [En línea] Disponible en:
http://galuminium.en.alibaba.com/company_profile.html

“Guangdong Galuminium Aluminium Co., Ltd. se especializa en trabajar por grandes volúmenes, los productos hechos a la medida y subconjuntos preparados de acuerdo a los diseños de los clientes y las especificaciones.

Los productos en aluminio con excelentes acabados, como ventanas de aluminio, puertas, muros cortina, particiones, madera y ventanas de aluminio compuesto puertas, y productos de maquinaria procesados. Especializados en la manufactura, fabricación, instalación, la ingeniería y la exportación.

Razones para elegir y trabajar con GAluminium Group Ltd Co:

- El menor costo de los recursos laborales y de producción, normalmente 15 - 30% del costo.
- Capacidad y maquinaria avanzada relacionada para producir todo tipo de uso en la industrial de piezas.
- Ofrecen servicio eficiente y de buena calidad con precios razonables.”

4.1.1 Capacidad de la empresa

4.1.1.1 Capacidad Comercial

Tabla 17. Información Comercial Galuminium Group Co., Ltda

Principales Mercados	América del Norte América Central América del Sur Europa Oriental Europa Occidental Europa Norte Sur de Europa Sur-Este de Asia Asia Oriental África Oceanía Medio Oriente
Volumen total de ventas anual	Por encima de US\$100 millones
Porcentaje de exportaciones	61%-70%
Ferias	Feria de Canton (15-19 de Abril/ Octubre 15-19 cada año); Guangzhou. China

Fuente: GALuminium Group Ltd Co [En línea] Disponible en: [http:// www.gzga.com.cn](http://www.gzga.com.cn) I [Consultado en Marzo de 2012]

4.1.1.2 Capacidad de Producción

Tabla 18. Capacidad productiva de GALuminium Group Co., Ltd.

Información de la Empresa	
Tamaño de la empresa	Aprox. 250.000 m ²
Control de Calidad	En casa
No Líneas de Producción	Por encima de 10
No personal Staff R&D	Más de 50 personas
No personas Staff QC	11-20 personas
Gestión de certificación	ISO 9001:2000 ISO 9001:2008 ISO 9001:2004

Fuente: GALuminium Group Ltd Co [En línea] Disponible en: [http:// www.gzga.com.cn](http://www.gzga.com.cn) [Consultado en Marzo de 2012]

4.1.2 Control de Calidad

El departamento de calidad es una parte separada y distinta de la organización, que consta con más de 20 expertos. Todos los procesos en la producción serán estrictamente inspeccionados por ellos para garantizar productos de calidad.

Prueba de equipos e instalaciones:

Pruebas químicas

Prueba para el sistema de ventana

Prueba de niebla salina

Ensayos de tracción

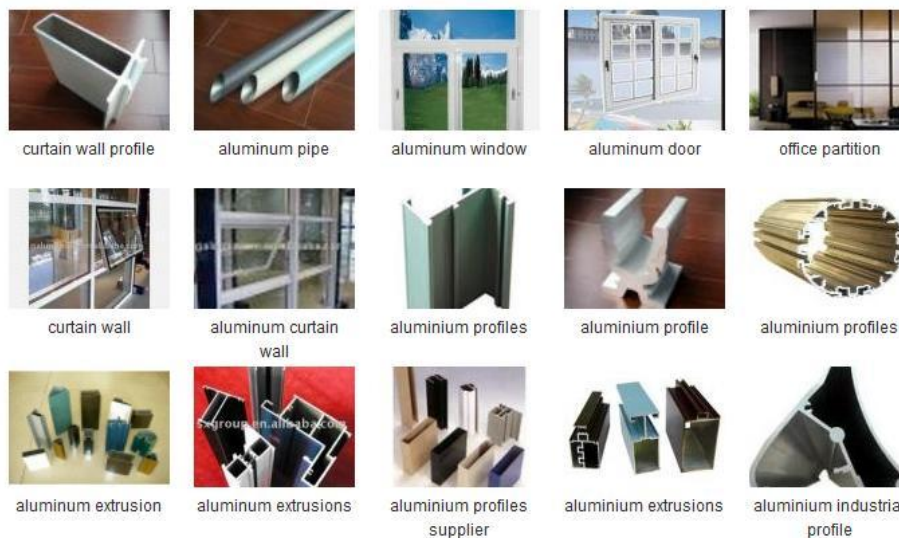
Análisis espectral

4.1.3 Investigación y Desarrollo

El departamento de investigación y desarrollo consiste en un grupo de cerca de 50 personas ingenieros que crean y desarrollan nuevos productos continuamente. Ellos han desarrollado más de 200 series y 15000 tipos de productos, nunca paran y nunca dejarán de desarrollar para hacer que los diseños logren satisfacer las necesidades de los clientes.

4.1.4 Productos

Figura 5. Principales productos de GALuminium Group Co., Ltda



Fuente: GALUMINIUM GROUP Co. Ltda. [en línea]. Disponible en: www.gzga.com.cn

Tabla 19. Información posibles proveedores de vidrio flotado en China

EMPRESA	PRECIOS (metro cuadrado FOB)	CALIDAD	PRICIPALES MERCADOS	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	VENTA MINIMA	PLAZOS DE ENTREGA	% EXPORTAC IÓN
Farun glass industry co.	USD \$ 2-20	ISO 9001- 2000 ISO 14001:200 4	Norte América Sur América África Centro América	5000 toneladas por día	24 tonelada s	15 días	1-10 %
Rider glass company Itlda	USD\$ 2- 29	ISO 9001 CE	Norte América Sur América Centro América Europa	450 toneladas por día	12 tonelada s	45 días	30- 38 %
Aeon glass	USD \$ 2-20	ISO 9001- 2000 ISO 14001- 2004	Norte América Sur América Centro América Europa	1200 toneladas por día	12 tonelada s	10-15 días	31-40%
China float glass group co	USD \$ 2-15	ISO 9001	China Europa Sur America	800 toneladas por día	12 tonelada s	25 días	25-30%

Fuente: <http://www.farun.com>, <http://www.aeonglass.com>, <http://www.riderglass.com> <http://www.chinaglassgroup.com>

Tabla 20. Selección empresa proveedora de vidrio flotado

	%	FARUN GLASS INDUSTRY	RIDER GLASS COMPANY	AEON GLASS	CHINA FLOAT GLASS GROUP
PRECIOS	20%	1	2	3	4
CALIDAD	25%	4	2	3	1
PRINCIPALES MERCADOS	10%	2	3	4	1
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	15%	4	1	3	2
PLAZO DE ENTREGA	10%	3	1	4	2
% EXPORTACIÓN	10%	1	4	3	2
VENTA MINIMA	10%	1	2	4	3
TOTAL	100%	2,5	2,05	3,3	2,15

Fuente: Autores

4.2 PROVEEDOR DE VIDRIO FLOTADO⁴⁴

4.2.1 Información de la empresa

AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda

Se eligió la empresa AEON GLASS que es líder en la industria de vidrio de alta calidad en China, con una alta competitividad fundamentada en el Know how y la avanzada tecnología utilizada en el proceso de producción.

“Es una empresa de fabricación de vidrio profesional y exportador de China. Se especializa en la fabricación y suministro de diversos tipos de productos de vidrio. Se dedica a proporcionar la solución avanzada de vidrio de los edificios, la decoración, la industria automotriz y la industria solar, etc.

La alta competitividad viene de la tecnología avanzada. Dedicada a la investigación y el desarrollo de técnicas avanzadas de fabricación de vidrio. El nivel de calidad se ha mejorado a un nivel superior. Al mismo tiempo, se puede reforzar la cooperación con los socios en todo el país. Hoy AEON vidrio se ha convertido en el líder en la industria del vidrio.

Después de 10 años de desarrollo sostenido, puede suministrar una amplia gama de productos incluyendo vidrio flotado claro, el vidrio bajo en hierro, cristales tintados, cristal reflectante, vidrio Low-E, espejo de plata, espejo de aluminio, cobre espejo de espejo de seguridad gratuito, y el plomo, espejo solar, espejo biselado, vidrio laminado, vidrio templado, vidrio grabado al ácido, vidrio lacado, vidrio rejilla, de vidrio transparente con dibujos, con dibujos de color cristal, vidrio ultra claro con dibujos, con cable de vidrio estampado, vidrio automotriz, el vidrio solar, etc “

⁴⁴ AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda. [En línea]. Disponible en: <http://aeonglass.glassinchina.com> [consultado en Marzo 5 de 2012]

Tabla 21. Información de contacto

Nombre de la Compañía	AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltd
Tipo de Negocio	Manufactura
Principales productos	Vidrio, Cristal tintados, vidrio reflectante, espejos, vidrios laminados con dibujos, vidrio flotado.
Dirección	No 61, Haie Road, Qingdao, China
Código Postal	266.071
Persona de Contacto	Maggie Bing. Gerente de ventas
Tel	+86-532-55576229
E-mail	maggie@aeonglass.com/aeonsales5@hotmail.com

Fuente: AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda. [En línea]. Disponible en: <http://aeonglass.glassinchina.com>

El equipo de trabajadores de la empresa es dedicado a la satisfacción del cliente, además cuenta con profesionales experimentados en las ventas proporcionando la ayuda esencial y después ofreciendo excelente servicio postventa a sus clientes asegurándose de que todos los requisitos del cliente están cumplidos puntual y eficientemente.

Ventajas competitivas de AEONGLASS:

- Diez años de experiencias en la fabricación y la exportación de cristal.
- Vidrio de calidad superior con el certificado del CE, exportando más 60 países en el mundo.
- Casos de madera fuertes diseñados únicos, solucionando los problemas de la fractura.
- Almacenes del 3area de embarque al lado de tres de puertos principales del envase de China, asegurando el cargamento conveniente y la entrega rápida.

- Gama completa de la fuente del vidrio plano, compra todo en uno de ofrecimiento.
- Equipo profesional de las ventas, ofreciendo servicios personalizados y dedicados.

4.2.2 Certificaciones

Figura 6. Certificaciones AEON GLASS



Fuente: AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda. [En línea]. Disponible en: <http://www.aeonglass.com/infor/quality/Certifications.aspx>

1. CE Certificate for Float Glass
Número de certificado: E09.25038
Producto: VIDRIO FLOTADO
Referencia: TNO Quality Services B.V, The Netherlands
2. ISO9001-2000

Figura 7. Certificado ISO9001-2000 AEON GLASS

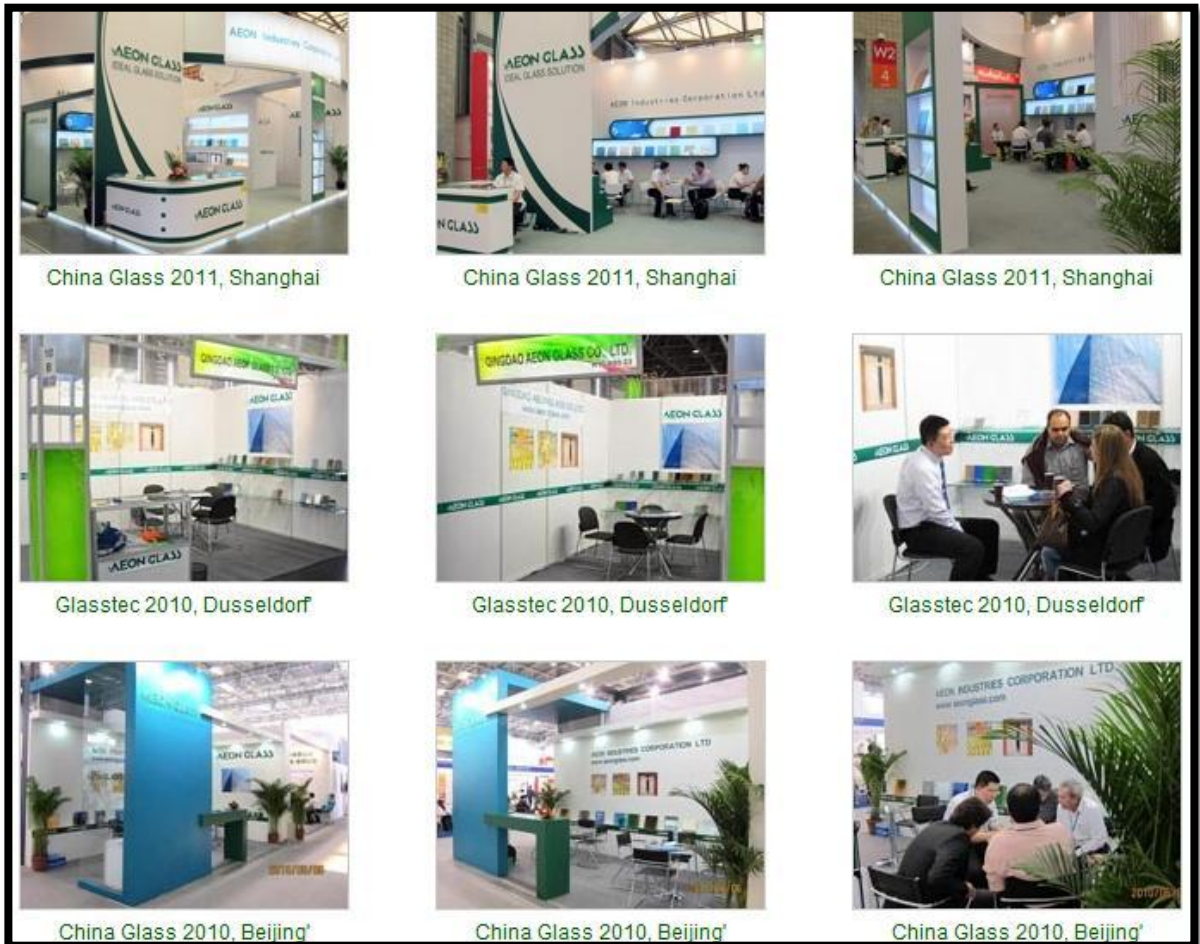


Fuente: AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda. [En línea]. Disponible en: <http://www.aeonglass.com/infor/quality/Certifications.aspx>

4.2.3 Exhibiciones

La empresa AEON GLASS expone y presenta sus productos en ferias en países como China y Alemania.

Figura 8. Stand de AEON GLASS



Fuente: AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda. [En línea]. Disponible en:
<http://www.aeonglass.com/infor/quality/Certifications.aspx>

5. PROCESO DE IMPORTACIÓN IMPLEMENTADO

“Llevar a cabo operaciones de comercio exterior desde China no es tan complejo como parece. En primer lugar hay que entender que el gigante asiático constituye un área cultural diferente al de occidente, pero que una vez conocido puede representar una interesante opción de negocios.

La preparación de una estrategia de negocios, la definición clara de los objetivos de la empresa, procurar obtener la información viable y asegurarse de tener una traductora y/o guía competente y fiable, son elementos que se deben tener en cuenta para considerar la realización de operaciones de comercio exterior con el gigante asiático.

En el momento de dar a conocer un negocio, toda la información debe estar en chino o en inglés (o en los dos idiomas si es posible), el español no sirve para nada (en ese país).⁴⁵

- Consulta de partida Arancelaría de materias primas a importar:

7005.21.11.00 Vidrio y sus manufacturas, Vidrio flotado y vidrio desbastado o pulido por una o las dos caras, en placas u hojas, incluso con capa absorbente, reflectante o antirreflectante, pero sin trabajar de otro modo.

7604.10.20.00 Aluminio y sus manufacturas, Barras y perfiles de aluminio, Aluminio sin alear, Perfiles incluso huecos.

- Se rectifica que la empresa ETALUM LTDA se encuentre registrada como importador ante la cámara de comercio de Bucaramanga y la DIAN.
- Se realizó el estudio de mercado y factibilidad económica de la importación, analizando varios aspectos como precios FOB de materias primas, precios de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos que hubieren lugar. Solicitud de cotización: Se solicita cotización (la cotización debe

⁴⁵ PORTAFOLIO [En línea] Recomendaciones para exportar e importar entre China y Colombia Disponible en la web en: <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-4210222> [citado Abril 4 de 2012]

incluir la cantidad de materias primas disponibles para negociar, los plazos de entrega y las condiciones de pago y exportación) en condiciones FOB. Dalian/Buenaventura, vía correo electrónico.

- Se otorgó un poder (Anexo A) autenticado ante notario público a la agencia de aduanas de nivel 2, Ascexi Ltda, para que ésta lo registrará ante la VUCE, conforme a lo dispuesto en la circular 018 de 2011, y de esta forma el sistema lo habilitó para tramitar los registros de importación, sus modificaciones y cancelaciones.

En Colombia, legalmente cualquier empresa que realice operaciones aduaneras por encima de mil dólares americanos, debe utilizar un Agente Aduanero. El precio de este servicio se precisa por un mutuo acuerdo entre el empresario y el Agente Aduanero, pero lo normal es que sea un porcentaje de la totalidad del valor de la exportación o importación, además de un costo mínimo. Según la legislación colombiana y cómo lo señala Proexport. “El agente aduanero no pueden llevar a cabo tareas de consolidación o de desconsolidación y transporte de carga o depósito de mercancías.

- Habiendo sido aceptadas las condiciones de compra (Ver Anexos B y C) por ambas partes, se solicita la confirmación de las condiciones del pedido (el exportador debe enviar la factura proforma (Ver Anexos D, E y F).
- Revisados y confirmados los documentos se procedió a realizar el pago vía swift (transferencia bancaria), siendo obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley, bancos comerciales, corporaciones financieras, en este caso Helm Bank.
- El termino de negociación internacional (INCOTERMS) es FOB por lo cual correspondió contratar y pagar el transporte internacional a la empresa MELYAK INTERNATIONAL, quien se encargó del traslado de la mercancía hasta el puerto Colombiano de Buenaventura.
- Proceso de Nacionalización: Como el valor de la importación es superior a USD\$5.000 se diligenció la DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA, documento soporte de la declaración de importación, el cual

determina el valor en aduanas (Base para el pago de los tributos aduaneros de las mercancías objeto de importación y especifica los gastos causados e dicha operación) (Ver anexos G y H)

La liquidación de tributos aduaneros, IVA y GRAVAMEN ARANCELARIO (Para el vidrio flotado el iva es 16% y arancel es 0%, para el aluminio el iva es 16% y arancel 5%) se hizo a través de la declaración de importación (Ver anexos I, J y K) estos impuesto se realizan ante los intermediarios financieros.

Se realizó el levante de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, donde se presentaron los siguientes documentos, revisados por un funcionario de la aduna de Buenaventura: Factura comercial (Ver anexos D, E y F), Lista de empaque (Ver anexos L, M y N), Documento de transporte (Ver anexos O, P y Q), Declaración Andina de Valor (Ver anexos G y H).

- Se contrató una empresa transportadora nacional con experiencia en el transporte de vidrio, la cual hace des consolidación en el puerto de Buenaventura y a los dos días llega la carga a Bucaramanga.

6. COSTOS DE IMPORTACIÓN

6.1 COSTOS DE IMPORTACIÓN DE VIDRIO FLOTADO

Los costos de vidrio flotado se calculan tomando como referencia las importaciones de dos contenedores de vidrio claro de 4mm, un contenedor de vidrio claro de 5mm y un contenedor con mitad de vidrio azul de 4mm y otra mitad vidrio azul de 6mm.

Para determinar la primera importación se tiene en cuenta el diagnostico de la planeación de la producción (Ver Tabla 3 y tabla 4) para Marzo de 2012, donde se especifica la cantidad de vidrio flotado claro y azul necesario para la primera entrega de cada obra, no se tienen en cuenta las obras que tienen primera entrega para el año 2013, ya que el proceso de importación es de aproximadamente 40 días y no se compra materias primas con más de 3 meses de anticipación a la producción de las mismas.

Es necesario, para satisfacer la demanda de la empresa, para las obras a Marzo de 2012, 4.735 m² de vidrio claro de 4mm, 1.357 m² de vidrio claro de 5mm, 474 m² de vidrio azul de 4mm y 1.198 m² de vidrio azul de 6mm.

La cantidad de vidrio importado debe ser mayor a la demandada, por precaución a vidrios rotos o defectos de fábrica.

6.1.1 Costos de importación de vidrio flotado claro de 4 mm

Tabla 22. Costos de importación vidrio flotado claro de 4mm

Proveedor	Aeon Glass Ltd	
Tasa de cambio	\$1.754,89 11/05/2012	
BASE DE LIQUIDACION		
Fob USD (Ver Anexo D)		12068,08
Flete USD (Ver Anexo R)		4.050,00
seguro USD (Ver Anexo S)		82,06
Vr.CIF USD		16.200,14
Vr.CIF \$		28.429.463,68
Pago a terceros		
Gravamen	0%	\$ 0
IVA (Ver Anexo I)	16%	\$ 4.548.714
Bodegajes otros depósitos		\$ 0
Servicio de intermediación (Ver anexo T)		\$ 1.200.000
Gastos Operativos (Ver anexo T)		\$ 200.000
Elaboración Declaración de Impuestos / Valor Andino (Ver anexo T)		\$ 30.000
Clasificación arancelaria (Ver anexo T)		\$ 80.000
Transporte Nal o Local		\$ 14.000.000
Gastos de Puerto (Ver anexo T)		\$ 3.002.564
TOTAL		\$ 51.490.742
	Cantidad importada m²	4.958,00
	Precio m²	\$10.385,30

Fuente: Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero

6.1.2 Costo de importación de vidrio flotado claro de 5 mm

Tabla 23. Costo de importación de vidrio flotado claro de 5mm

Proveedor	Aeon Glass Ltd	
Tasa de cambio	\$1.754,89	14/05/2012
BASE DE LIQUIDACIÓN		
Fob USD (Ver Anexo E)		5.714,90
Flete y seguro USD		2.690,16
Vr.CIF USD		8.405,06
Vr.CIF \$		\$14.749.955,85
Pago a terceros		
Gravamen	0%	\$ 0
IVA (TRM \$1.774,3 Julio 13 2012) (Ver Anexo H)	16%	\$ 2.386.000
Bodegajes otros depósitos		\$ 0
Servicio de Nacionalización (Ver Anexo U)		\$ 600.000
Gastos Operativos (Ver Anexo U)		\$ 100.000
Pre inspección (Ver Anexo U)		\$80 .000
Elaboración Dec de Imp / valor - (Ver Anexo U)		\$ 30.000
Transporte Nal o Local		\$ 6.500.000
Protección a la mercancía		\$ 0
Gastos de Puerto (Ver Anexo U)		\$ 1.159.831
TOTAL		\$ 25.605.786
	Cantidad importada m²	1.936,61
	Precio m²	\$13.221

Fuente: Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

6.1.3 Costo de importación de vidrio flotado azul de 4mm

Tabla 24. Costos de importación de vidrio flotado azul de 4mm

Proveedor	Aeon Glass Ltd	
Tasa de cambio	\$1.774,19 14/05/2012	
BASE DE LIQUIDACION		
Fob USD (Ver anexo F)		3.652,00
Flete y seguro USD (Ver anexo V)		1.395
Vr.CIF USD		5.047
Vr.CIF \$		8.954.336,93
Pago a terceros		
Gravamen	0%	\$ 0
IVA (ver anexo K)	16%	\$ 1.432.693
Bodegajes otros depósitos		\$ 0
Intermediación (Ver anexo W)		\$ 300.000
Gastos Operativos (Ver anexo W)		\$ 50.000
Pre inspección (Ver anexo W)		\$ 40.000
Elaboración Dec de Imp / valor – (Ver anexo W)		\$ 15.000
Clasificación arancelaria		\$0
Transporte Nal o Local		\$ 3.500.000
Gastos de Puerto (Ver anexo W)		\$576.240
TOTAL		\$ 14.868.269,93
	Cantidad importada m²	1.341,78
	Precio m²	\$ 11.081,00

Fuente: Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

6.1.4 costo de importación de vidrio flotado azul de 6mm

Tabla 25. Costo de importación de vidrio flotado azul de 6mm

Proveedor	Aeon Glass Ltd
Tasa de cambio	\$1.774,19 14/05/2012

BASE DE LIQUIDACION

Fob USD (Ver anexo F)		3.446,00
Flete y seguro USD (Ver anexo V)		1.395
Vr.CIF USD		4.841
Vr.CIF \$		\$ 8.588.853,79
Pago a terceros		
Gravamen	0%	\$ 0
IVA (Ver anexo K)	16%	\$ 1.374.216
Intermediación (Ver anexo W)		\$ 300.000
Gastos Operativos (Ver anexo W)		\$ 50.000
Pre inspección		\$4 0.000
Elaboración Dec de Imp / valor – (Ver anexo W)		\$ 15.000
Clasificación arancelaria		\$ 0
Descargue directo		\$ 0
Transporte Nal o Local		\$ 3.500.000
Protección a la mercancía		\$ 0
Gastos de Puerto (Ver anexo W)		\$ 576.240
TOTAL		\$ 14.444.309,79
	Cantidad importada m²	882,75
	Precio m²	\$16.234,12

Fuente: Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

Tabla 26. Información resumen de precios Aeon Glass Ltd

Vidrio flotado	Precio por metro cuadrado (m²)
Vidrio Claro de 4mm	\$ 10.358,30
Vidrio Claro de 5mm	\$13.221
Vidrio Azul de 4mm	\$ 11.081
Vidrio Azul de 6mm	\$ 16.234

Fuente: Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

6.2 COSTOS DE IMPORTACIÓN DE PERFILES DE ALUMINIO

Tabla 27. Costo importación perfiles de aluminio

Proveedor	Galuminium Group Co Ltda	
Tasa de cambio	\$1.800	
BASE DE LIQUIDACION		
Fob USD		41.281,00
Flete USD		2.700,00
seguro USD		290,85
otros USD		
Ajuste USD		0,00
Vr.CIF USD		44.271,85
Vr.CIF \$		79.689.330,00
Pago a terceros		
Gravamen	5%	\$ 3.984.467
IVA	16%	\$ 12.750.293
Servicio de Nacionalización		\$ 700.000
Gastos Operativos		\$ 150.000
Pre inspección		OPCIONAL
Elaboración Dec de Imp. / valor -		\$ 30.000
Clasificación arancelaria		\$ 80.000
Descargue directo		\$ 0
Transporte Nal o Local		\$ 4.000.000
Protección a la mercancía		\$ 0
Gastos de Puerto		\$ 1.300.000
Cotización seguro		
	4*1000	\$ 10.400
TOTAL	\$ 96.424.089,30	
Cantidad kg	11.999,92	
precio/kg	\$8035,39	
Precio sin iva	\$83.124.214,91	

Fuente: Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

7. COSTO DE IMPORTACIÓN VS PRECIOS DE MATERIAS PRIMAS A PROVEEDORES NACIONALES

Lo que se pretende en este capítulo es comparar los precios que ofrecen los proveedores nacionales, contra los precios de las materias primas si se compraran en China, incluyendo todos los costos de importación a los que se incurre.

7.1 COMPARACIÓN DE PRECIOS PARA VIDRIO FLOTADO

Se compara con tres (3) empresas distribuidoras nacionales, “El Bisel”, “Arquicentro del prado S.A.” y “Guardian De Colombia”

Tabla 28. Comparación de precios vidrio flotado

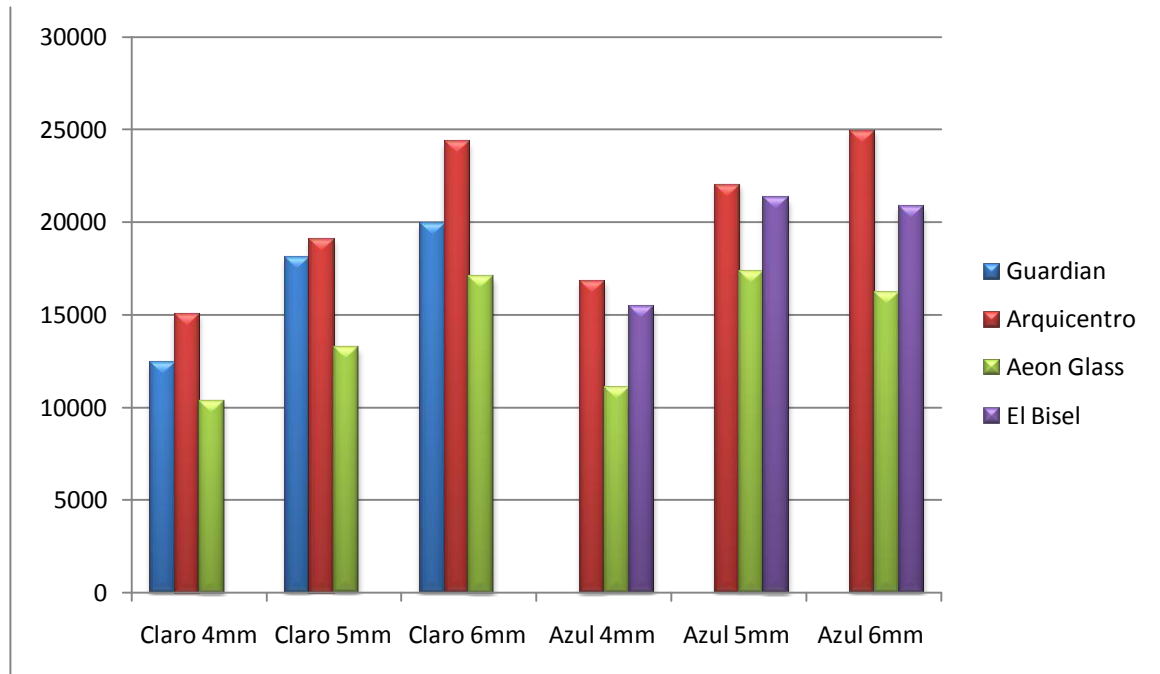
Empresas	Claro 4mm	Claro 5mm	Claro 6mm	Azul 4mm	Azul 5mm	Azul 6mm
El Bisel				\$15.428	\$21.344	\$20.880
Arquicentro	\$15.080	\$19.140	\$24.360	\$16.820	\$22.040	\$24.940
Guardian	\$12.460	\$18.091	\$19.952			
Aeon Glass	\$10.385	\$13.221	\$ 17.083	\$11.081	\$17.358	\$16.234

*Precios con IVA

Fuente: Cotizaciones por empresa el Bisel, Arquicentro, Guardián de Colombia y Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

La Gerente Laura Inés Rey, suministró la información sobre los precios de proveedores nacionales, según cotizaciones de las empresas para ETALUM LTDA en Marzo de 2012.

Gráfico 4. Comparación de precios* nacionales con China



*Precios con IVA

Fuente: Cotizaciones por empresa el Bisel, Arquicentro, Guardian de Colombia y Factura proforma AEON GLASS, declaración de importación, intermediación del agente aduanero.

El costo del vidrio flotado importado es evidentemente más económico en todas las referencias, que el precio que ofrecen los distribuidores nacionales.

La diferencia más significativa se halla en el vidrio flotado azul. Las importaciones de vidrio azul presentan descuentos de 28.17% para el vidrio de 4mm, 18.67% para el vidrio de 5mm y 22.25% para el vidrio de 6mm. (Tomando como base para comparar la empresa el bisel)

Los vidrios claros de 5mm y 4mm importados también presentan una diferencia importante, están \$4.870 pesos/ m² y \$2.075 pesos/m² por debajo del precio nacional, constituyendo disminución de 26.9% y 16.6% respectivamente, en cada referencia. Por otro lado el vidrio claro de 6mm, con \$2.869 pesos/ m² por debajo

del precio en el mercado nacional (tomando como referencia para comparar el precio de la empresa Guardian, que es el más bajo.) lo que representa un 14.37% de disminución de costo en este artículo, para la empresa.

Indiscutiblemente la opción de compra a la empresa AEON GLASS genera a ETALUM LTDA., ventaja en el mercado de la ventanería en aluminio, permitiéndole ser más competitivo ofreciendo sus productos con precios más bajos, gracias a la reducción de costos que se presenta a partir de la implementación de la importación.

Es importante tener en cuenta que los costos de vidrio flotado representan el 40% del costo total del producto final.

7.2 COMPARACIÓN DE PRECIOS PARA PERFILES DE ALUMINIO

Para establecer los precios de cada perfil de aluminio, se pidió una cotización de precios FOB a la empresa Galuminum Group Co Ltd, y se adicionan los costos a los que se incurren en la importación, se realiza un cálculo muy aproximado a lo que podría pagarse por cada perfil, para poder relacionar con los precios nacionales.

La cotización se realiza teniendo en cuenta la planeación de la producción establecida en la tabla 2 y otras referencias que solicita la Gerente Laura Inés Rey, para participar en nuevas licitaciones.

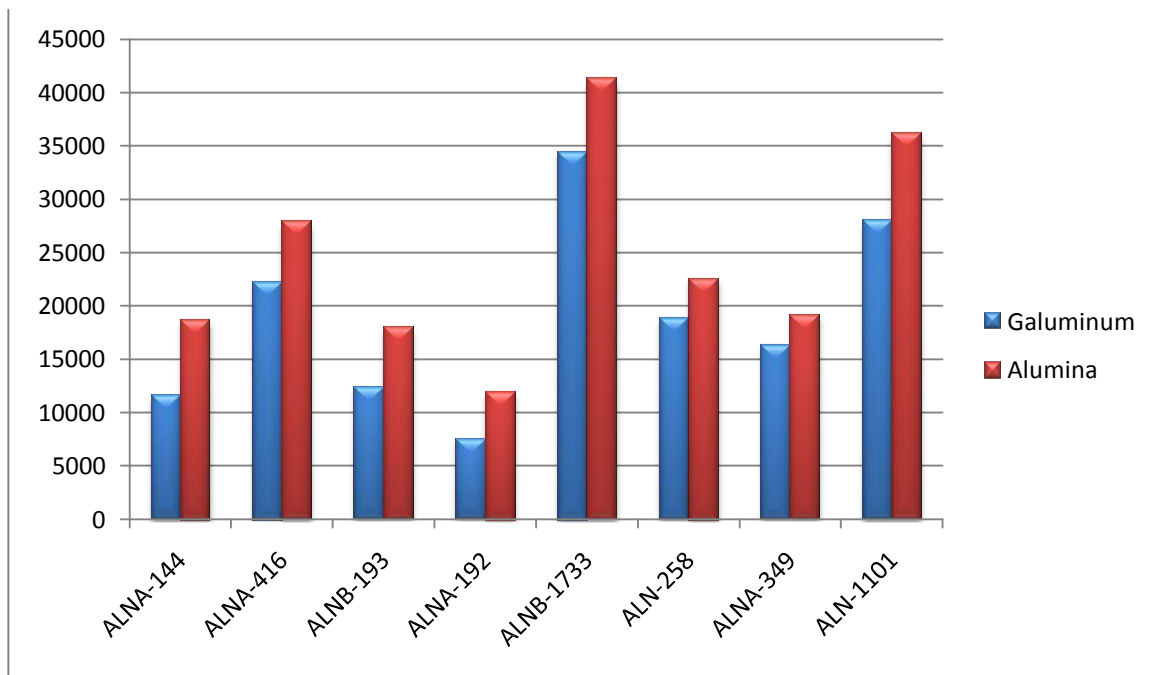
A continuación se presenta información de algunos de los perfiles de aluminio con los que trabaja la empresa ETALUM LTDA.

Tabla 29. Comparación precios sin iva de perfiles de Aluminio Chinos y Nacionales

Referencia	Galuminium Group	Alumina	Diferencia
ALNA-144	\$11.558	\$18.654	\$7.096
ALNA-416	\$22.276	\$27.840	\$5.564
ALNB-193	\$12.396	\$17.928	\$5.532
ALNA-192	\$7.503	\$11.916	\$4.413
ALNB-1733	\$34.439	\$41.316	\$6.877
ALN-258	\$18.781	\$22.622	\$3.841
ALNA349	\$16.311	\$19.152	\$2.841
ALN-1101	\$28.055	\$36.192	\$8.137

Fuente: Proforma GALuminium Group Ltd Com, cotización de la empresa Alumina Mayo 2012

Gráfico 5. Comparación precios de perfiles de Aluminio Chinos y nacionales



Fuente: Proforma GALuminium Group Ltd Co, Cotización Alumina S.A

La diferencia en los precios de los perfiles de aluminio importados con los de proveedores en Colombia, oscila entre los \$2.841 y \$8.137.

Por nombrar algunas referencias y ser explícitos en el ahorro de la empresa, por ejemplo, en los perfiles **ALNA-144** y **ALNA-192** hay descuento de 38.04% y 37.03%, respectivamente.

La información arrojada en la comparación de costos de importación de perfiles de aluminio, contra precios en el mercado nacional, genera el mismo resultado que la importación de vidrio flotado, se presentan precios más bajos en China, por lo que evidentemente es más conveniente realizar la compra de todas las referencias con el proveedor extranjero. De esta forma la empresa disminuye sus costos y al mismo tiempo los precios de sus productos finales, obteniendo más oportunidades de ganar los contratos con las constructoras.

En el numeral 6.2, se mostró el costo de importación desde China para un pedido específico de perfiles de aluminio, el cual arroja gran total sin iva **\$83.124.214,91** (por 11.999 kg). Realizando esa misma cotización pero con proveedor nacional, los precios son los siguientes:

Tabla 30. Cotización perfiles de aluminio con precios nacionales

Referencias	Cantidades	Perfil 6 mts	Precio
		ABM	ABM
ALNA-144	300	\$ 18.654	\$ 5.596.200
ALNA-194	300	\$ 3.369	\$ 1.010.700
ALNB-193	600	\$ 17.928	\$ 10.756.800
ALNA-192	600	\$ 11.916	\$ 7.149.600
ALNB-147	600	\$ 2.654	\$ 1.592.400
ALN-149	200	\$ 37.338	\$ 7.467.600
ALN-258	200	\$ 22.662	\$ 4.532.400
ALNA-349	600	\$ 19.152	\$ 11.491.200
ALN-1101	120	\$ 36.192	\$ 4.343.040
ALNA-177	300	\$ 9.132	\$ 2.739.600
ALN-1734	150	\$ 43.038	\$ 6.455.700
ALN-1733	100	\$ 41.316	\$ 4.131.600
A-015	300	\$ 30.954	\$ 9.286.200
TA-109	100	\$ 33.102	\$ 3.310.200
P-018	120	\$ 13.062	\$ 1.567.440
T-094	110	\$ 44.676	\$ 4.914.360
ALN-416	300	\$ 27.840	\$ 8.352.000
T-116	350	\$ 16.998	\$ 5.949.300
T-117	50	\$ 28.152	\$ 1.407.600
			\$ 102.053.940

Fuente: Fuente: Ingeniera Industrial Belkis Parada, coordinadora de obras d ETALUM LTDA, basándose en información de cotización de Alumina.

Las cotizaciones de China y la nacional presentan diferencia de \$18'929.725,09 a favor de la importación, esto representa el 18.55% de ahorro para la empresa, en la compra de los perfiles de Aluminio.

CONCLUSIONES

- Se cumplió con el objetivo general del proyecto, determinando viable la importación de materias primas, para la empresa ETALUM LTDA, implantándola y logrando reducción del 18,55% en el costo de los perfiles de aluminio para la referencia en ventanería 5020; 16,66% en el costo del vidrio flotado claro de 4mm; 26,91% en el costo de vidrio flotado claro de 5mm; 28,17% en el costo de vidrio flotado azul de 4mm y 22,25% en el costo de vidrio flotado azul de 6mm.
- A partir de la implementación de la importación se crea una ventaja significativa para la empresa, que es negociar con proveedores que tengan poca capacidad de influir adversamente en las decisiones de compra, ya que se ha realizado un estudio de mercado que ofrece nuevas posibilidades. La empresa ahora cuenta con herramientas para luchar contra el poder de los proveedores, haciendo que los precios bajen y exigir mayor calidad en los productos.
- La reducción en costos de las materias primas, lo cual es el 80% del costo del producto terminado, hace posible que la empresa obtenga un mejor posicionamiento dentro del sector, utilizando la táctica de competencia de precios bajos.
- Se creó ventaja competitiva a la empresa, estableciendo una posición defensiva en la industria, haciendo frente con éxito a las fuerzas competitivas, generada por el liderazgo por bajo costos.
- La empresa ganó nuevos contratos, debido a que se presentó la propuesta con los precios más bajos, entre los proponentes, lo cual fue posible exclusivamente por la disminución de costo de materias primas, debido a la importación.
- Los problemas presentados en las materias primas, como: incumplimiento en fechas de entrega, inflación sin justificación en los precios y fallas de calidad, fueron eliminados, pues el nuevo proveedor en China ha cumplido con los

tiempos de abastecimiento, presenta descuentos para fidelizar a la empresa como cliente y la calidad ha sido excelente, todo lo anterior permite a la empresa cumplir la planeación de la producción y entregar sus producto al tiempo establecido en los contratos con las constructoras, logrando de esta manera la satisfacción de las mismas.

RECOMENDACIONES

La empresa debe seguir en constante estudio de mercado internacional, en busca de la posibilidad de nuevas ofertas en China u otros países, y de diferentes factores macroeconómicos, como: tasa de cambio, tasa de flete marítimo, tasa de flete terrestre, acuerdos bilaterales, entre otros.

Se debe incluir dentro del perfil de cargo del director de compras, la exigencia de alto nivel de inglés, para que se pueda desarrollar la negociación en el extranjero.

Implementación de un software especializado en el corte de vidrio, para minimizar los desperdicios y lograr aprovechamientos óptimos del material.

La compra de un tracto camión, para el transporte de las materias primas desde el puerto hasta la planta de producción., debido a los altos costos del flete, la logística y la frecuencia de importación.

BIBLIOGRAFÍA

AEON GLASS-AEON Industries Corporation Ltda. [En línea]. Disponible en:
<http://aeonglass.glassinchina.com> [consultado en Marzo 5 de 2012]

ANEXA ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXTRUIDORES DE PERFILES DE ALUMINIO DE ESPAÑA. [En línea] Disponible en la web en:
<http://www.anexpa.org/info/extrusion.asp> [citado 4 de Febrero de 2012]

China también afecta industria de aluminio. En: El Colombiano [en línea] 15 Septiembre de 2011. Disponible en:
http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/C/china_tambien_afecta_industria_de_aluminio/china_tambien_afecta_industria_de_aluminio.asp [citado 2 Marzo 2012].

CIA/ OCM / NATIONAL BUREAU OF STATISTICS OF CHINA. [En línea] Disponible en la web en:
www.stats.gov.cn/was40/gjtjj_en_detail.jsp?searchword=Exports&channelid=9528&record=1 [Consultado en Marzo 1 de 2012]

CORCHUELO, Fabián Mauricio, Ensayo para optar el título de especialización en gerencia de producción y operaciones. Universidad de la sabana, instituto de postgrados, especialización en gerencia de producción y operaciones.

DIAN. GLOSARIO DE TÉRMINOS EN MATERIA ADUANERA [en línea] Disponible en:
<http://www.dian.gov.co/dian/12SobreD.nsf/fc22bc5cf1ab7bfa05257030005c2805/9f4e3c1d5887205c0525767b0068fc4e?OpenDocument> [consultado el 16 de Julio 2012]

Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 87

ENTREVISTA con Laura Inés Rey Gerente ETALUM LTDA, 30 de Enero de 2012

GALUMINIUM GROUP CO.,LTD. Página oficial. [En línea] Disponible en:
<http://www.gzga.com.cn> [Consultado Marzo 3 de 2012]

INPECHI. CULTURA DE NEGOCIOS. [En línea] Disponible en:
<http://inpechi.org/cultura-negocios-china.html> [citado 8 de febrero de 2012]

Importadores de aluminio niegan competencia desleal. En: El Nuevo Siglo. [En línea] Noviembre 7, 2011 Disponible en:
<http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/11-2011-importadores-de-aluminio-niegan-competencia-desleal.html> [citado 1 Marzo 2012]

KOTLER, Philip. Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio. Dirección de Marketing, Edición del Milenio, Prentice Hall, Pág. 10.

LENNTECH WATER TREATMENT SOLUTIONS. ALUMINIO [En línea] disponible en <http://www.lenntech.es/periodica/elementos/al.htm#ixzz1n5Ad9AfV> [citado 22 Febrero 2012]

Los vidrios, vidrios decorativos. [En línea]. Disponible en:
<http://acabadosdeconstruccion-vidrios.blogspot.com/> [citado 22 febrero 2012]

NATION MASTER.COM [En línea] Aluminium production, tonnes by country. Disponible en la web en:
http://www.nationmaster.com/graph/ind_alu_pro_ton-industry-aluminium-production-tonnes [citado 4 de Febrero 2012]

Ministerio Comercio impuso medidas antidumping provisionales contra importación de aluminio. En: Caracol Noticias. [En línea], Noviembre 10, 2011 Disponible en:
<http://www.caracol.com.co/noticias/economia/mincomercio-impuso-medidas-antidumping-provisionales-contrainterimportacion-de-aluminio/20111110/nota/1576109.aspx> [citado 1 Marzo 2012]

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. [En línea] Disponible en:
<https://www.mincomercio.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268> [citado Agosto 28]

MINISTERIO DE REALCIONES EXTERIORES DE COLOMBIA. Foro de Cooperación Asia Pacífico – APEC. Organización Mundial de Comercio – OMC.

PEÑA, Edulfo. El tiempo. [En línea]. Disponible en:

http://www.eltiempo.com/politica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-11750301.html [citado 9 de Mayo de 2012]

PORTER, Michael E., Estrategia competitiva. España: Pirámide, 2010, 400p.

PORTER, Michael. Competitive Strategy [En línea]. Disponible en: <http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf> [citado 24 Febrero 2012]

PROEXPORT. Guía para exportar a China [En línea] Disponible en <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4073DocumentNo7376.PDF> [citado 6 de Febrero de 2012]

RAMÍREZ, Germán. Universidad de la Sabana. sabanet.unisabana.edu.co http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:3aaAY1fTLUJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0,5 [Citado 24 Febrero 2012]

RAMÍREZ, Juan Manuel. China: la cultura es el secreto de los negocios Disponible en la web: <http://www.portafolio.co/negocios/china-la-cultura-es-el-secreto-los-negocios> [citado Febrero 8 de 2012]

Recomendaciones para exportar e importar entre China y Colombia. En: Portafolio [En Línea] Disponible en la web en: <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-4210222> [citado Abril 4 de 2012]

REDCOO COOMEVA. Términos de compraventa internacional. [En línea]. Disponible en: redcoo.coomeva.com.co/archivos/red/guiadeimportacion.doc [citado el 24 Febrero 2012]

SAMUELSON, Paul. NORDHAUS William, Economía, Decimoséptima Edición, Mc Graw Hill, Pág. 4.

SECRETARÍA DE SENADO. DECRETO 2685 DE 1999 [En línea] Diciembre 1999. Disponible en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto/1999/decreto_2685_1999.html [citado 24 Febrero 2012]

SILVA RUETE, Javier. Revista Moneda Internacional, El desarrollo exportador de china. [En línea] Disponible en la web:
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/Moneda-134/Revista-Moneda-134-07.pdf> [Citado Febrero 29 de 2012]

SUBSECRETARIA DE COMERCIO INTERNACIONAL. Informe sectorial, Aluminio y sus manufacturas, Dirección de oferta exportable, Dirección general de estrategias de comercio exterior. [En línea] Disponible en la web en:
<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Aluminio%20y%20sus%20manufacturas.pdf> [citado: 4 Febrero de 2012]

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Planeación Estratégica. Disponible en:
http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2.htm [citado: Febrero 23 de 2012]

VACCA, Angela María. A equilibrar la balanza [En línea] Disponible en:
http://www.usergioarboleda.edu.co/altus/economia_colombia_china.htm
[Consultado 1 de Marzo de 2012]

World Trade Guide. Guía de China, elaborada por la Oficina Comercial en Pekín. [en línea] Disponible en la web en: <http://co.china-embassy.org/esp/> [citado 8 de Febrero de 2012]

ZULUAGA Carlos (2012). Representante del gremio de los importadores de aluminio. Revista Nuevo siglo.

ANEXO A. PODER DE ETALUM LTDA PARA AGENTE ADUANERO



Buenaventura,

Señores
SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL
DE BUENAVENTURA S.A.
Buenaventura

Asunto: PODER AMPLIO Y SUFICIENTE

Yo, LAURA INES REY VILLAMIZAR mayor de edad, vecino de la ciudad de Bucaramanga, portador de la cédula de ciudadanía No. 63.325.035, expedida en Bucaramanga. Obrando en mi condición de Gerente en ejercicio y como tal Representante Legal de la Sociedad EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA, calidad que acredito con el con el Certificado de Existencia y Representación Legal, expedido por la CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, me permito manifestarle, por medio de éste escrito que le confiero poder amplio, especial y suficiente a la señora EVANGELINA CASTILLO PALACIOS mayor de edad vecina de Bogotá, portador de la cédula de ciudadanía 66.745.794 expedida en Buenaventura y quien actúa como Gerente en ejercicio y Representante Legal de la Sociedad AGENCIA DE ADUANAS ASCEXI LTDA Nit: No.830.094.295-1, calidad y condición que acreditará exhibiendo ante ustedes los documentos de la ley, para que obrando en nombre y representación de la Sociedad mandante ejecute ante la SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA S.A., los siguientes actos atinentes a los negocios que con la SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA S.A., deba celebrar la sociedad que represento:

a. Para que adelante, trámite y formalice todas las gestiones que se requieran y sean necesarias a fin de que todos los negocios de importación o exportación de bienes que ejecute y deba atender la sociedad representada, se lleven a cabo y se realicen en debida y legal forma.

b. Para que suscriba, firme y cancele toda clase de facturas y documentos en los cuales se incorporen derechos, créditos u obligaciones a favor o a cargo del poderdante. **Expresamente manifiesto que los reclamos sobre los servicios pagados deberán presentarse en un plazo de treinta (30) días hábiles so pena de ser rechazados.**

c. Para que perciba el valor de créditos u obligaciones que se adeuden al poderdante, expedida los recibos y haga las cancelaciones correspondientes, solicite créditos que se adeuden al poderdante, expida los recibos y haga las cancelaciones respectivas, solicite créditos o devoluciones de dinero que puedan generarse en desarrollo de las gestiones, las cuales se deben hacer a nombre del poderdante.

d. Para que ratifique en nombre del poderdante, los contratos derivados de los negocios celebrados con la SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA S.A.

Vía Palenque - Cafe Madrid - Parque Industrial de Bucaramanga II Etapa Calle 2 Circunvalar 101 Sector Forjandes
TELS: 6761292 - 6502452 CELS: 3142968185 - 3174307496 - 3005702250
B/manga - Santander / etalumltada@yahoo.com

**GRACIA PAOLA ORTEGA**
NOTARIA QUINTO DEL CIRCUITO

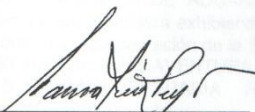


DISEÑOS ARQUITECTONICOS
EN ALUMINIO

- e. Para que determine e informe a la S.P.R.Bun. S.A., el nombre de la empresa de Transporte autorizada para el retiro e ingreso de las mercancías consignadas a nuestro nombre.
- f. En general para que asuma la personería del poderdante cuando lo estime conveniente y necesario, de tal modo que en ningún caso quede sin representación en los negocios.
- g. Para que desista y transija diferencias que ocurran respecto de los derechos y obligaciones del poderdante ante la SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA S.A.

Atentamente,

ACEPTO


LAURA INES REY VILLAMIZAR
CC. 63.325.035 Bucaramanga
Nit 800.206.316-1.

EVANGELINA CASTILLO PALACIOS
CC. 66.745.794 Buenaventura
Nit 830.094.295-1

AUTENTICACION FIRMA REGISTRADA

La firma de: Laura Ines Rey Villamizar
63325035

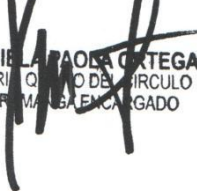
Identificado con C.C. No. 63325035

expedida en Bga

corresponde a la registrada en esta notaria

Bucaramanga 7 MAR 2012




GRACIELA PAOLA ORTEGA
NOTARIO DEL CIRCULO
BUCARAMANGA ENCARGADO

Vía Palenque - Cafe Madrid - Parque Industrial de Bucaramanga II Etapa Calle 2 Circunvalar 101 Sector Forjandes
TELS: 6761292 - 6502452 CELS: 3142968185 - 3174307496 - 3005702250
B/manga - Santander / etalumtda@yahoo.com



ANEXO B. COTIZACIÓN (CONDICIONES DE COMPRA) VIDRIO CLARO DE 4MM



AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED

No. 61 Haier Road, Qingdao, China Fax:0086-532-55576220 Tel:0086-532-55576229

PROFORMA INVOICE

MESSERS: ETALUM LTDA ADD: CALLE 2 CIRCUNVALAR 101, PARQUE INDUSTRIAL 2 ETAPA DE BUCARAMANGA COLOMBIA				PL. NO. ETL001-120307 PL. DATE 2012.03.07 PRICE TERM FOB PORT OF CHINA CONTAINER TYPE 20'GP*2 DELIVERY ROUTE FROM PORT OF CHINA TO BUENAVENTURA BY SEA DELIVERY DATE IN 4 WEEKS AFTER PAYMENT CONFIRMATION						
DESCRIPTION	THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM	SHEETS / CASE	CASES /CNTR	TOTAL CASES	TOTAL CNTRS	UNIT PRICE USD/SQM	TOTAL SQM	TOTAL USD
CLEAR FLOAT GLASS	4	3300	2134	32	11	22	2	2.41	4,857.71	11,948.08
TOTAL:							2		4,957.71	11,948.08
									FUMIGATION COST:	
									120.00	
									TOTAL AMOUNT:	
									12,068.08	

COMMERCIAL TERM: PAYMENT TERMS:TELEGRAPHIC TRANSFER IN ADVANCE BENEFICIARY: AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED BENEFICIARY BANK: SHENZHEN DEVELOPMENT BANK, HEAD OFFICE ADD.: 7F., NO.5047, ROAD SHENNAN DONG, SHENZHEN, P.R.CHINA A/C NO.:OSA11006455627201 SWIFT: SZDBCNBS TELEX: 420461	6. BREAKAGE CLAIM IN EXCESS 5% ON THE WHOLE CONSIGNMENT WHEN OPENING THE CONTAINER DOOR SHOULD BE REPORTED TO THE INSURANCE COMPANY IMMEDIATELY FOR THE SURVEY COMPENSATION. 7. TRANSHIPMENTS ALLOWED AND PARTIAL SHIPMENT NOT ALLOWED. 8. ALL QUALITY CLAIMS MUST BE REPORTED WITHIN 14 DAYS FROM THE DATE INDICATED ABOVE.
---	--

CONFIRMED BY THE SELLER:

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD.

Reddy

CONFIRMED BY THE BUYER:

ANEXO C. COTIZACIÓN (CONDICIONES DE COMPRA) VIDRIO FLOTADO



AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED

No. 61 Haier Road, Qingdao, China Tel:0086-532-55576229 Fax:0086-532-55576220 Http://www.aeonglass.com

QUOTATION SHEET								
MESSERS: ETALUM								
ATTENTION: GABRIEL REY MANJARRES								
DESCRIPTION	THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM	SHEETS / CASE	CASES /CNTR	SQM /CNTR	DELIVERY TIME	FOB PORT CHINA USD/SQM BY 20'GP
CLEAR FLOAT GLASS	3.00	2440	1830	78	10	3,483	4 WEEKS	1.93
CLEAR FLOAT GLASS	3.00	2140	1650	95	10	3,354	4 WEEKS	1.93
CLEAR FLOAT GLASS	4.00	3300	2134	32	11	2,479	4 WEEKS	2.41
CLEAR FLOAT GLASS	4.00	2200	1650	70	10	2,541	4 WEEKS	2.41
CLEAR FLOAT GLASS	5.00	3300	2134	25	11	1,937	2 WEEKS	3.04
CLEAR FLOAT GLASS	5.00	3660	2134	25	10	1,953	2 WEEKS	3.04
BRONZE FLOAT GLASS	3.00	2440	1650	70	12	3,382	3 WEEKS	2.57
BRONZE FLOAT GLASS	4.00	3300	2140	38	10	2,684	3 WEEKS	2.82
BRONZE FLOAT GLASS	5.00	3300	2140	30	10	2,119	3 WEEKS	3.53
FORD BLUE FLOAT GLASS	4.00	3300	2140	35	10	2,472	4 WEEKS	2.72
FORD BLUE FLOAT GLASS	5.00	3300	2140	30	10	2,119	4 WEEKS	3.40
FRENCH GREEN FLOAT GLASS	4.00	3300	2140	38	10	2,684	3 WEEKS	2.77
FRENCH GREEN FLOAT GLASS	4.00	3660	2140	30	11	2,585	3 WEEKS	2.77
FRENCH GREEN FLOAT GLASS	5.00	3300	2140	30	10	2,119	3 WEEKS	3.47
FRENCH GREEN FLOAT GLASS	5.00	3660	2140	24	11	2,068	3 WEEKS	3.47
DARK BLUE FLOAT GLASS	4.00	3300	2140	38	10	2,684	2 WEEKS	2.77
DARK BLUE FLOAT GLASS	5.00	3300	2140	30	10	2,119	2 WEEKS	3.47
DARK GREEN FLOAT GLASS	4.00	3300	2140	38	10	2,684	4 WEEKS	2.67
DARK GREEN FLOAT GLASS	5.00	3300	2140	30	10	2,119	4 WEEKS	3.33
IF NEED WOODEN CASES FUMIGATION, CHARGE 60 USD/CONTAINER. QUOTATION DATE: FEB. 15, 2012 PRICE VALIDITY: 1 WEEK PAYMENT TERM: TELEGRAPHIC TRANSFER IN ADVANCE PACKAGE: SEA-WORTHY STANDARD WOODEN CASES MINIMUM ORDER QUANTITY: ONE FULL CONTAINER QUOTATION IS MADE BY Lillian lillian@aeonglass.com								

ANEXO D. PROFORMA IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM

AEON GLASS

AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED

QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220

ORIGINAL

COMMERCIAL INVOICE

MESSERS: EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA				INVOICE NO. & DATE AE1203028 MAR 28, 2012						
				CONTAINER TYPE 20'GP*2						
				PRICE TERM FOB DALIAN, CHINA						
				SHIPMENT ROUTE FROM DALIAN, CHINA TO BUENAVENTURA, COLOMBIA						
PI. NO. ETL001-120307				PAYMENT TERM TELEGRAPHIC TRANSFER IN ADVANCE						
DESCRIPTION	THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM	SHEETS /CASE	CASES /CNTR	TOTAL CASES	TOTAL /CNTRS	UNIT PRICE USD/SQM	TOTAL SQM	T. AMOUNT USD
CLEAR FLOAT GLASS	4	3300	2134	32	11	22	2	2.41	4,957.71	\$ 11,948.08
				TOTAL:		22	2		4,957.71	\$11,948.08
								FUMIGATION COST		\$ 120.00
								GRAND TOTAL:		\$12,068.08
COUNTRY OF ORIGIN: CHINA										

TOTAL AMOUNT: U.S. DOLLARS TWELVE THOUSAND SIXTY-EIGHT DOLLARS AND CENTS EIGHT ONLY

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD

Bohary

ANEXO E. PROFORMA IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 5MM

AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED
QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220

AEON GLASS

COMMERCIAL INVOICE

ORIGINAL

MESSERS.EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA				INVOICE NO & DATE AE12050782 JUN 01, 2012							
				CONTAINER TYPE 20'GP*1							
				PRICE TERM FOB QINGDAO,CHINA							
				SHIPMENT ROUTE FROM QINGDAO, CHINA TO BUENAVENTURA, COLOMBIA							
PI. NO. ETL002-120511				PAYMENT TERM TELEGRAPHIC TRANSFER IN ADVANCE							
DESCRIPTION CLEAR FLOAT GLASS		THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM	SHEETS /CASE	CASES /CNTR	TOTAL CASES	TOTAL /CNTRS	UNIT PRICE USD/SQM	TOTAL SQM	T. AMOUNT USD
		5	3300	2134	25	11	11	1	1	2.92	1936.61
TOTAL:					11	1	1	1		1936.61	\$5,654.90
										FUMIGATION COST \$60.00	
										GRAND TOTAL: \$5,714.90	

COUNTRY OF ORIGIN: CHINA

BENEFICIARY: AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED
BENEFICIARY BANK: SHENZHEN DEVELOPMENT BANK, HEAD OFFICE
ADD: 7F, NO. 5047, ROAD SHENNAN DONG, SHENZHEN, P. R. CHINA
A/C NO.: OSA11006455627201 SWIFT: SZDBCNBS TELEX: SZDBCNBS

TOTAL AMOUNT: U.S. DOLLARS FIVE THOUSAND SEVEN HUNDRED AND FOURTEEN DOLLARS AND CENTS NINETY ONLY

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD.

Peter

AS PRESENTED

ANEXO F. PROFORMA IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL

AEON GLASS

AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED

QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220

COMMERCIAL INVOICE

ORIGINAL

MESSERS: EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA		INVOICE NO. & DATE AE12050781 MAY 31, 2012	
		CONTAINER TYPE 20'GP*1	
		PRICE TERM FOB XINGANG, CHINA	
		SHIPMENT ROUTE FROM XINGANG, CHINA TO BUENAVENTURA, COLOMBIA	
PI. NO. ETL002-120511		PAYMENT TERM TELEGRAPHIC TRANSFER IN ADVANCE	
DESCRIPTION	THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM
FORD BLUE FLOAT GLASS	4	3300	2140
FORD BLUE FLOAT GLASS	6	3300	2140
TOTAL:		CASES /CNTR	TOTAL /CNTRS
		10	1
		CASES	TOTAL
		5	5
		UNIT PRICE USD/SQM	TOTAL SQM
		2.70	1,341.78
		3.87	882.75
			T. AMOUNT USD
			\$ 3,622.81
			\$ 3,416.24
			\$ 7,039.05
		FUMIGATION COST \$ 60.00	
		GRAND TOTAL: \$ 7,099.05	
COUNTRY OF ORIGIN: CHINA			
BENEFICIARY: AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED			
BENEFICIARY BANK: SHENZHEN DEVELOPMENT BANK, HEAD OFFICE			
ADD.: 7F., NO. 5047, ROAD SHENNAN DONG, SHENZHEN, P.R. CHINA			
A/C NO.: OSA11006455627201 SWIFT: SZDBCNBS TELEX: SZDBCNBS			

TOTAL AMOUNT: U.S. DOLLARS SEVEN THOUSAND NINETY-NINE DOLLARS AND CENTS FIVE ONLY

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD.

ANEXO G. DECLARACIÓN ANDINA IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM

REPUBLICA DE COLOMBIA		Declaración Andina del Valor		MUSCA		560	
1. Año: 2012		4. Número de formulario: 560707160595 1		 (415) 7707212489984(8020) 0560707160595 1			
El contrabando es contra todos							
Lea cuidadosamente las instrucciones							
5. Número de identificación Tributaria (NIT): 800.206.316		6. DV: 1		7. Primer apellido: 1		8. Segundo apellido: 1	
9. Primer nombre: 1		10. Otros nombres: 1					
11. Razón social: EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO LTDA ETALUJ							
24. Cód. Dirección seccional: 35		25. No. Declaración de importación: 352012000120432		26. Fecha: 2012 MM DD		27. Tipo declaración de importación: 1	
28. Cód. Nivel comercial comprador: 02		29. Especifique: 02		30. Cód. Condición vendedor: 02		31. Especifique: 02	
32. Resolución: No.		33. Fecha: AAAA MM DD		34. Cód. Tipo resolución: 1		35. Cód. Naturaleza transacción: 11	
36. Cód. Forma de envío: 01		37. Condiciones de entrega: FOB		38. Lugar de entrega: BUENAVENTURA		39. Cód. País procedencia: 215	
40. Factura: No.		41. Fecha: AAAA MM DD		42. Tipo contrato o documento: 1		43. Número contrato u otro documento: 1	
44. Fecha: AAAA MM DD		45. Valor del contrato u otro documento: 12068.08		46. Valor FOB total: 12068.08			
47. Cód. Moneda: USD		48. Tipo de cambio: 1754.85		49. Fecha: 2012 MM DD		50. Cód. Moneda: MM DD	
51. Tipo de cambio: AAAA MM DD		52. Fecha: AAAA MM DD		53. Cód. Moneda: AAAA MM DD		54. Tipo de cambio: AAAA MM DD	
55. Fecha: AAAA MM DD		56. Existe intermediación?: 1		57. Cód. Tipo intermediario: 1		58. Especifique: 1	
59. Primer apellido: 1		60. Segundo apellido: 1		61. Primer nombre: 1		62. Otros nombres: 1	
63. Razón social: 1		64. Dirección: 1		65. Ciudad: 1		66. Cód. País: 1	
67. Nombre comercial: VIDRIO FLOTADO		68. Marca comercial: Aeon		69. Tipo: 1		70. Clase: 1	
71. Modelo: 1		72. Referencia: 1		73. Cód. Estado: 01		74. Año fabricación: 1	
75. Otras características: 1		76. Cantidad: 4957		77. Unid. Cial: M2		78. Precio FOB unitario USD: 2.41	
79. Existen restricciones?: 1		80. Cód. Tipo restricción: 1		81. Existen condiciones o contraprestaciones?: 1		82. Cód. Tipo condición o contraprestación: 1	
83. Especifique: 1		84. Puede determinarse?: 1		85. Existen cánones y derechos de licencia?: 1		86. Existen reversiones al vendedor?: 1	
87. Existe vinculación entre comprador y vendedor?: 1		88. Cód. Tipo vinculación: 1		89. Incluye la vinculación en el precio?: 1		90. Existen valores criterio?: 1	
91. Declaración de importación: No.		92. Fecha: AAAA MM DD					
Determinación del valor		Valor moneda de facturación distinta al dólar		USD		Determinación del valor	
Precio neto según factura		93		94		12068.08	
Pagos indirectos, descuentos retroactivos u otros		95		96		4050	
Precio pagado o por pagar		97		98		12068.08	
Comisiones, corretajes, excepto las comisiones de compra		99		100		82.06	
Envases y embalajes		101		102		4.132.66	
Prestaciones en materias primas y otros		103		104		123	
Prestaciones en herramientas, matrices, moldes, etc.		105		106		125	
Prestaciones en insumos y otros		107		108		126	
Prestaciones en ingeniería, creación, planos, otros		109		110		127	
Cánones y derechos de licencia (regalias)		111		112		128	
Producto de la reventa, cesión o utilización posterior, que reverta al vendedor de manera directa o indirecta		113		114		129	
114. Lugar de importación: 2035		115		116		130	
117		118		119		131	
120		121		122		132	
123		124		125		133	
126		127		128		134	
129		130		131		135	
132		133		134		136	
135		136		137		138	
139		140		141		142	
143		144		145		146	
147		148		149		150	
151		152		153		154	
155		156		157		158	
159		160		161		162	
163		164		165		166	
167		168		169		170	
171		172		173		174	
175		176		177		178	
179		180		181		182	
183		184		185		186	
187		188		189		190	
191		192		193		194	
195		196		197		198	
199		200		201		202	
203		204		205		206	
207		208		209		210	
211		212		213		214	
215		216		217		218	
219		220		221		222	
223		224		225		226	
227		228		229		230	
231		232		233		234	
235		236		237		238	
239		240		241		242	
243		244		245		246	
247		248		249		250	
251		252		253		254	
255		256		257		258	
259		260		261		262	
263		264		265		266	
267		268		269		270	
271		272		273		274	
275		276		277		278	
279		280		281		282	
283		284		285		286	
287		288		289		290	
291		292		293		294	
295		296		297		298	
299		300		301		302	
303		304		305		306	
307		308		309		310	
311		312		313		314	
315		316		317		318	
319		320		321		322	
323		324		325		326	
327		328		329		330	
331		332		333		334	
335		336		337		338	
339		340		341		342	
343		344		345		346	
347		348		349		350	
351		352		353		354	
355		356		357		358	
359		360		361		362	
363		364		365		366	
367		368		369		370	
371		372		373		374	
375		376		377		378	
379		380		381		382	
383		384		385		386	
387		388		389		390	
391		392		393		394	
395		396		397		398	
399		400		401		402	
403		404		405		406	
407		408		409		410	
411		412		413		414	
415		416		417		418	
419		420		421		422	
423		424		425		426	
427		428		429		430	
431		432		433		434	
435		436		437		438	
439		440		441		442	
443		444		445		446	
447		448		449		450	
451		452		453		454	
455		456		457		458	
459		460		461		462	
463		464		465		466	
467		468		469		470	
471		472		473		474	
475		476		477		478	
479		480		481		482	
483		484		485		486	
487		488		489		490	
491		492		493		494	
495		496		497		498	
499		500		501		502	
503		504		505		506	
507		508		509		510	
511		512		513		514	
515		516		517		518	
519		520		521		522	
523		524		525		526	
527		528		529		530	
531		532		533		534	
535		536		537		538	
539		540		541		542	
543		544		545		546	
547		548		549		550	
551		552		553		554	
555		556		557		558	
559		560		561		562	
563		564		565		566	
567		568		569		570	
571		572		573		574	
575		576		577		578	
579		580		581		582	
583		584		585		586	
587		588		589		590	
591		592		593		594	
595		596		597		598	
599		600		601		602	
603		604		605		606	
607		608		609		610	
611		612		613		614	
615		616		617		618	
619		620		621		622	
623		624		625		626	
627		628		629		630	
631		632		633		634	
635		636		637		638	
639		640		641		642	
643		644		645		646	
647		648		649		650	
651		652		653		654	
655		656		657		658	
659		660		661		662	
663		664		665		666	
667		668		669		670	
671		672		673		674	
675		676		677		678	
679		680		681		682	
683		684		685		686	
687		688		689		690	
691		692		693		694	
695		696		697		698	
699		700		701		702	
703		704		705		706	
707		708		709		710	
711		712		713		714	
715		716		717		718	
719		720		721		722	
723		724		725		726	
727		728		729		730	
731		732		733		734	
735		736		737		738	
739		740		741		742	
743		744		745		746	
747		748		749		750	
751		752		753		754	
755		756		757		758	
759		760		761		762	
763		764		765		766	
767		768		769		770	
771		772		773		774	
775		776		777		778	
779		780		781		782	
783		784		785		786	
787		788		789		790	
791		792		793		794	
795		796		797		798	
799		800		801		802	
803</							

ANEXO H. DECLARACIÓN ANDINA VIDRIO CLARO 5MM

REPUBLICA DE COLOMBIA DIAN Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales		Declaración Andina del Valor		MUSCA Ministerio Único de Registro, Servicio y Control Aduanero		560	
1. Año: 2011				4. Número de formulario: 560707275877 0			
El contrabando es contra todos							
Lea cuidadosamente las instrucciones							
5. Número de identificación Tributaria (NIT): 800.296.316		6. DV: 1		7. Primer apellido:		8. Segundo apellido:	
9. Primer nombre:		10. Otros nombres:		11. Razón social: EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO LTDA			
24. Cód. Dirección seccional: 35		25. No. Declaración de importación: 352012000189983		26. Fecha: 2011-07-23		27. Tipo declaración de importación: 1	
28. Cód. Nivel comercial comprador: 02		29. Especifique:		30. Cód. Condición Vendedor: 01		31. Especifique:	
32. Resolución No.:		33. Fecha:		34. Cód. Tipo resolución:		35. Cód. Naturaleza transacción: 11	
36. Cód. Forma de envío: 01		37. Condiciones de entrega: FOB		38. Lugar de entrega: INGRAC		39. Cód. País procedencia: 215	
40. Factura No.: 411205078		41. Fecha: 2011-06-01		42. Tipo contrato o documento:		43. Número contrato u otro documento:	
44. Fecha:		45. Valor del contrato u otro documento: 5714.90		46. Valor FOB total:			
47. Cód. Moneda: USD		48. Tipo de cambio: 1936		49. Fecha: 2011-07-23		50. Cód. Moneda: USD	
51. Tipo de cambio: 1774.37		52. Fecha: 2011-07-23		53. Cód. Moneda:		54. Tipo de cambio:	
55. Fecha:		56. Existe intermediación?		57. Cód. Tipo intermediario:		58. Especifique:	
59. Primer apellido:		60. Segundo apellido:		61. Primer nombre:		62. Otros nombres:	
63. Razón social:		64. Dirección:		65. Ciudad:		66. Cód. País:	
67. Nombre comercial: VIDRIO FLOTADO		68. Marca comercial: VIDRIO FLOTADO		69. Tipo:		70. Clase:	
71. Modelo:		72. Referencia:		73. Cód. Estado:		74. Año fabricación:	
75. Otras características: 5mm x 330mm		76. Cantidad: 1936,61 M2		77. Unid. Cial:		78. Precio FOB unitario USD: 2.92	
79. Existen restricciones?		80. Cód. Tipo restricción:		81. Existen condiciones o contraprestaciones?		82. Cód. Tipo condición o contraprestación:	
83. Especifique:		84. Puede determinarse?		85. Existen cánones y derechos de licencia?		86. Existen reversiones al vendedor?	
87. Existe vinculación entre comprador y vendedor?		88. Cód. Tipo vinculación:		89. Incluye la vinculación en el precio?		90. Existen valores criterio?	
91. Declaración de importación No.:		92. Fecha:		93. Valor moneda de facturación distinta al dólar:		94. USD:	
95. Valor moneda de facturación distinta al dólar:		96. USD:		97. Valor moneda de facturación distinta al dólar:		98. USD:	
99. Precio neto según factura:		100. Pagos indirectos, descuentos retroactivos u otros:		101. Precio pagado o por pagar:		102. Comisiones, corretajes, excepto las comisiones de compra:	
103. Envasados y embalajes:		104. Prestaciones en materias primas y otros:		105. Prestaciones en herramientas, matrices, moldes, etc.:		106. Prestaciones en insumos y otros:	
107. Prestaciones en ingeniería, creación, planos, otros:		108. Cánones y derechos de licencia (regalías):		109. Producto de la reventa, cesión o utilización posterior, que revierta al vendedor de manera directa o indirecta:		110. Lugar de importación: 2033	
111. Gastos de transporte, manejo y entrega en el exterior hasta el lugar de embarque:		112. Gastos de transporte desde el lugar de embarque hasta el lugar de importación:		113. Gastos de carga, descarga y manipulación:		114. Seguro:	
115. Total adiciones:		116. Gastos de entrega posteriores a la importación:		117. Gastos de construcción, armado, instalación, montaje, mantenimiento y asistencia técnica, realizados después de la importación:		118. Derechos de aduana y otros impuestos:	
119. Intereses:		120. Otros gastos:		121. Total deducciones:		122. Valor de transacción declarado:	
123. Algunos de los importes declarados en las casillas 99, 111 y 113 tienen carácter provisional?		124. Valor de transacción declarado: 8404.90		125.		126.	
127.		128.		129.		130.	
131.		132.		133.		134.	
135.		136.		137.		138.	
139.		140.		141.		142.	
143.		144.		145.		146.	
147.		148.		149.		150.	
151.		152.		153.		154.	
155.		156.		157.		158.	
159.		160.		161.		162.	
163.		164.		165.		166.	
167.		168.		169.		170.	
171.		172.		173.		174.	
175.		176.		177.		178.	
179.		180.		181.		182.	
183.		184.		185.		186.	
187.		188.		189.		190.	
191.		192.		193.		194.	
195.		196.		197.		198.	
199.		200.		201.		202.	
203.		204.		205.		206.	
207.		208.		209.		210.	
211.		212.		213.		214.	
215.		216.		217.		218.	
219.		220.		221.		222.	
223.		224.		225.		226.	
227.		228.		229.		230.	
231.		232.		233.		234.	
235.		236.		237.		238.	
239.		240.		241.		242.	
243.		244.		245.		246.	
247.		248.		249.		250.	
251.		252.		253.		254.	
255.		256.		257.		258.	
259.		260.		261.		262.	
263.		264.		265.		266.	
267.		268.		269.		270.	
271.		272.		273.		274.	
275.		276.		277.		278.	
279.		280.		281.		282.	
283.		284.		285.		286.	
287.		288.		289.		290.	
291.		292.		293.		294.	
295.		296.		297.		298.	
299.		300.		301.		302.	
303.		304.		305.		306.	
307.		308.		309.		310.	
311.		312.		313.		314.	
315.		316.		317.		318.	
319.		320.		321.		322.	
323.		324.		325.		326.	
327.		328.		329.		330.	
331.		332.		333.		334.	
335.		336.		337.		338.	
339.		340.		341.		342.	
343.		344.		345.		346.	
347.		348.		349.		350.	
351.		352.		353.		354.	
355.		356.		357.		358.	
359.		360.		361.		362.	
363.		364.		365.		366.	
367.		368.		369.		370.	
371.		372.		373.		374.	
375.		376.		377.		378.	
379.		380.		381.		382.	
383.		384.		385.		386.	
387.		388.		389.		390.	
391.		392.		393.		394.	
395.		396.		397.		398.	
399.		400.		401.		402.	
403.		404.		405.		406.	
407.		408.		409.		410.	
411.		412.		413.		414.	
415.		416.		417.		418.	
419.		420.		421.		422.	
423.		424.		425.		426.	
427.		428.		429.		430.	
431.		432.		433.		434.	
435.		436.		437.		438.	
439.		440.		441.		442.	
443.		444.		445.		446.	
447.		448.		449.		450.	
451.		452.		453.		454.	
455.		456.		457.		458.	
459.		460.		461.		462.	
463.		464.		465.		466.	
467.		468.		469.		470.	
471.		472.		473.		474.	
475.		476.		477.		478.	
479.		480.		481.		482.	
483.		484.		485.		486.	
487.		488.		489.		490.	
491.		492.		493.		494.	
495.		496.		497.		498.	
499.		500.		501.		502.	
503.		504.		505.		506.	
507.		508.		509.		510.	
511.		512.		513.		514.	
515.		516.		517.		518.	
519.		520.		521.		522.	
523.		524.		525.		526.	
527.		528.		529.		530.	
531.		532.		533.		534.	
535.		536.		537.		538.	
539.		540.		541.		542.	
543.		544.		545.		546.	
547.		548.		549.		550.	
551.		552.		553.		554.	
555.		556.		557.		558.	
559.		560.		561.		562.	
563.		564.		565.		566.	
567.		568.		569.		570.	
571.		572.		573.			

ANEXO I. DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM

Página 1 de 1

 Declaración de Importación		Privada		500	
2012 Espacio reservado para la DIAN (Antes de diligenciar este formulario leer cuidadosamente las instrucciones)				4. Número de formulario 352012000126452-1	
5. Número de identificación Tributaria (NIT) 800206316		6. DV 1		11. Apellidos y nombres o Razón Social EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO LTDA ETALUM LTDA	
13. Dirección CL 2 CRV 101 (I) PARQUE INDUSTRIAL II ET		15. Teléfono 6502452		16. Cód. Adm. 35	
24. Número de identificación Tributaria (NIT) 83094295		25. DV 1		26. Razón social del declarante autorizado AGENCIA DE ADUANAS ASCEXI LTDA NIVEL 2	
29. Número documento de identificación 6745794		30. Apellidos y nombres EDUAR COPETE RODRIGUEZ		37. Cód. Municipio 001	
31. Clase 01		32. Tipo de declaración Inicial		33. Cód. No. Formulario Anterior XXXXXXXXXXXXXXXX	
34. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX		35. Cód. Adm. XX		36. Declaración de Exportación No. XXXXXXXXXXXXXXXX	
37. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX		38. Cód. Adm. XX		39. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX	
40. Cód. lugar origen de las mercancías BLN		41. Cód. Depósito 25136		42. Manifesto de carga No. 116675003236997	
43. Año - Mes - Día 2012 - 05 - 08		44. Documento de Transporte No. DLCEJN000217		45. Año - Mes - Día 2012 - 04 - 01	
46. Nombre exportador o proveedor en el exterior AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED		47. Cód. País Exportador 215		48. Dirección exportador o proveedor en el exterior QINGDAO-CHINA	
49. Cód. País Exportador 215		50. Email S3255576220		51. Cód. País Exportador 215	
52. Año - Mes - Día 2012 - 03 - 29		53. Cód. país procedencia 215		54. Cód. Modo de Transporte 1	
55. Cód. de Bandera 043		56. Cód. Depósito 68		57. Empresa transportadora BROOM COLOMBIA S A	
58. Tasa de cambio \$ c/v. 1,754.89		59. Subpartida arancelaria 7005211100		60. Cód. Complementario XX	
61. Cód. Subpartida XX		62. Cód. Modificado C136		63. No. cuotas p. meses XX	
64. Valor cuota USD XXXX		65. Periodicidad del pago de la cuota XX		66. Cód. país de origen 215	
67. Cód. Acuerdo XXXX		68. Cód. unidad comercial m2		69. Cantidad dms. 4,957.71	
70. Valor FOB USD 12,068.08		71. Valor fletes USD 4,050.00		72. Valor Seguro USD 0.00	
73. Valor Otros gastos USD 0.00		74. Sumatoria de fletes, seguros y otros gastos USD 4,132.06		75. Valor aduana USD 16,200.14	
76. Cód. registro X		77. Número XXXXXXXXXXXX		78. Cód. país de origen 215	
79. Cód. Programa XXXXXXXXXX		80. Cód. tipo de producto 0		81. Cód. país de origen 215	
82. Cód. país de origen 215		83. Cód. país de origen 215		84. Cód. país de origen 215	
85. Cód. país de origen 215		86. Cód. país de origen 215		87. Cód. país de origen 215	
88. Cód. país de origen 215		89. Cód. país de origen 215		90. Cód. país de origen 215	
91. Descripción de las mercancías VIDRIO FLOTADO CLARO, ORIGEN. CHINA, FABRICANTE. AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED, ESPESOR 4MM, LENGTH 3300MM, WIDTH 2131MM, X		92. Valor pagado anterior 0		93. Fecha 2012 - 05 - 14	
94. Fecha 2012 - 05 - 14		95. Firma Copete		96. Nombre EDUAR COPETE RODRIGUEZ	
97. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora (Fecha efectiva de la transacción)		98. Pago Total \$ 4,549,000		99. Espacio para autoadhesivo de la entidad recaudadora (Número del adhesivo)	
100. Fecha de impresión 2012-05-14 11:19:56		101. Código de barras 20123134856054		102. Fecha presentación 2012-05-14 10:02:00	

Página 1 de 1

Fecha de Impresión: 2012-07-17 09:58:46

143

ANEXO K. DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL

Declaración General de Importación

Página 1 de 1

		Declaración de Importación		Privada		500	
1. Año 2012 Espacio reservado para la DIAN (Antes de diligenciar este formulario lea cuidadosamente las instrucciones)				4. Número de formulario 352012000189948-2			
3. Número de identificación Tributaria (NIT) 800206316		6. DV. 1		11. Apellidos y nombres o Razón Social EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO LTDA ETALUM LTDA			
13. Dirección CL 2 CRV 101 (I) PARQUE INDUSTRIAL II ET		15. Teléfono 6502452		12. Cód. Admón. 35		17. Cód. Ciudad Municipio 68 001	
24. Número de identificación Tributaria (NIT) 830094295		25. DV. 1		26. Razón social del declarante autorizado AGENCIA DE ADUANAS ASCEXI LTDA NIVEL 2		27. Tipo usuario 26	
29. Número documento de identificación 8745794		30. Apellidos y nombres EDWARD COPETE RODRIGUEZ		31. Cód. Admón. XX		32. Cód. usuario 485	
33. Clase 01		34. Tipo declaración Inicial		35. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX		36. Cód. Admón. XX	
37. Clase 01		38. Tipo declaración Inicial		39. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX		40. Cód. Admón. XX	
41. Cód. Depósito 20950		42. Manifesto de carga No. 116575003424447		43. Año - Mes - Día 2012 - 07 - 09		44. Documento de transporte No. SHSM1205387PC	
45. Cód. lugar ingreso de las mercancías BUN		46. Año - Mes - Día 2012 - 06 - 02		47. Ciudad QINGDAO		48. Cód. País Exportador 215	
49. Nombre exportador o proveedor en el exterior AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED		50. Dirección exportador o proveedor en el exterior NO.61 HAUER ROAD		51. E-mail 63255576220			
52. No. de factura AE12050781		53. Año - Mes - Día 2012 - 05 - 31		54. Cód. país procedencia 215		55. Cód. Modo Transporte 1	
56. Cód. país destino 043		57. Cód. Destino 68		58. Empresa transportadora BROOM COLOMBIA S A		59. Tasa de cambio \$ ovs. 1,774.37	
60. Subpartida arancelaria 7005211100		61. Cód. Complementario XX		62. Cód. Modalidad C100		63. No. cuotas a meses XX	
64. Valor cuota USD XXXX		65. Periodicidad del pago de la cuota XX		66. Cód. país de origen 215		67. Cód. Acuerdo XXX	
68. Forma de pago de la importación 08		69. Tipo de importación 01		70. Cód. país compra 215		71. Peso bruto kgs. 26,660.00	
72. Peso neto kgs. 25,660.00		73. Cód. Embalaje PK		74. No. bultos 10		75. Subpartidas comerciales 1	
76. Cód. unidad m2		77. Cantidad 2,224.53					
78. Valor FOB USD 7,099.05		79. Valor fletes USD 2,700.00		80. Valor Seguros USD 90.00		81. Valor Otros Gastos USD 0.00	
82. Sumatoria de fletes, seguros y otros gastos USD 2,790.00		83. Ajuste valor USD 0.00		84. Valor aduana USD 9,889.05		85. Código registro X	
86. Número XXXXXXXXXX		87. Cód. oficina 99		88. Año XXXX		89. Programa No. XXXXXXXXXX	
90. Cód. Interno del Producto 0		91. Descripción de las mercancías (No incluya la descripción de las mercancías a importar con lo señalado en el arancel de aduanas en la subpartida arancelaria - Incluye marcas, series y otros) (Si el campo es insuficiente, continúe al respaldo de este formulario) VIDRIO FLOTADO AZUL, REF:FORD BIJE, FABRICANTE AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED. DIMENSIONES 4Mx3300Mx2140MM, Y 6Mx3300Mx2140MM		92. Recibo oficial de pago anterior No.: XXXXXXXXXXXXXXXXXX		93. Fecha: XXXX XX XX	
94. Espacio reservado DIAN - Actuación aduanera Estado de levantar: Levante automático No hay declaración posterior		95. Espacio reservado uso exclusivo Ministerio de Relaciones Exteriores		96. No. Aceptación declaración 352012000189948		97. Fecha: 2012 07 13	
98. Levante No. 352012000141640		99. Fecha 2012 - 07 - 17		100. Firma funcionario responsable		101. Nombre HELM	
102. Firma declarante 		103. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora (Fecha efectiva de la transacción) Coloque el timbre de la máquina registradora al dorso de este formulario		104. Pago Total \$ 2,807,000		105. Espacio para autoadhesivo de la entidad recaudadora (Número del adhesivo) HELM Autoadhesivo 14308021336757 Fecha presentación 2012-07-17 08:50:00 Valor pagado \$2,807,000	

Fecha de Impresión: 2012-07-17 09:57:08

20121799262316

ANEXO L. LISTA DE EMPAQUE VIDRIO CLARO 4MM



AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED
 QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220

PACKING LIST
ORIGINAL

MESSERS:EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA
 CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA

INVOICE NO. & DATE
 AE1203028 MAR 29, 2012
 PI. NO.
 ETL001-120307

DESCRIPTION	THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM	SHEETS/ CASE	SHIPMENT ROUTE		CONTAINERS	TOTAL SQM	CONTAINER AND SEAL NO.
					FROM DALLIAN,CHINA TO BUENAVENTURA,COLOMBIA				
CLEAR FLOAT GLASS	4	3300	2134	32	22		2	4,957.71	CSLU1305619/A21722 CXDU1214651/A21724
TOTAL:				22			2	4,957.71	
GROSS WEIGHT: 48580 KGS				NET WEIGHT: 47580 KGS				MEASUREMENT: 34 CBM	

PACKED IN (22) CASES ONLY.

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD.


ANEXO M. LISTA DE EMPAQUE VIDRIO CLARO 5MM

AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED

QINGDAO, CHINA. TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220

AEON GLASS

PACKING LIST

ORIGINAL

MESSERS:EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA				INVOICE NO. & DATE		AE12050782 JUN 01, 2012		
				PI NO.		ETL002-120511		
				SHIPMENT ROUTE		FROM QINGDAO, CHINA TO BUENAVENTURA, COLOMBIA		
DESCRIPTION	THICK	LENGTH	WIDTH	SHEETS/ CASE	CASES	CONTAINERS	TOTAL SQM	CONTAINER AND SEAL NO.
	MM	MM	MM					
CLEAR FLOAT GLASS	5	3300	2134	25	11	1	1936.61	CCLU2934127/P281844
				TOTAL:		11	1	1936.61
GROSS WEIGHT: 24200 KGS				NET WEIGHT: 23200 KGS				
				MEASUREMENT: 17 CBM				

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD.

Peter

AS PRESENTED

ANEXO N. LISTA DE EMPAQUE VIDRIO AZUL

AEON GLASS

AEON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED

QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220

PACKING LIST ORIGINAL

MESSERS:EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA				INVOICE NO. & DATE AE12050781 MAY 31, 2012					
				PI. NO. ETL002-120511					
				SHIPMENT ROUTE FROM XINGANG, CHINA TO BUENAVENTURA, COLOMBIA					
DESCRIPTION		THICK MM	LENGTH MM	WIDTH MM	SHEETS/ CASE	CASES	CONTAINERS	TOTAL SQM	CONTAINER AND SEAL NO.
FORD BLUE FLOAT GLASS		4	3300	2140	38	5	0.5	1,341.78	CCLU2741621/P208441
FORD BLUE FLOAT GLASS		6	3300	2140	25	5	0.5	882.75	CCLU2741621/P208441
TOTAL:					10		1	2,224.53	
GROSS WEIGHT: 26660 KGS				NET WEIGHT: 25660 KGS			MEASUREMENT: 17 CBM		

PACKED IN (10) CASES ONLY.

AEON INDUSTRIES CORPORATION LTD

Reer

ANEXO O. DOCUMENTO DE TRANSPORTE IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM

 上海星麦国际货物运输代理有限公司 STARMARK INTERNATIONAL FORWARDING LTD.		ORIGINAL BILL OF LADING	
SHIPPER ABON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220		BOOKING NUMBER SHSH1202175PC	BL NO. DLCL00000217
CONSIGNEE EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA CALLE 2 UNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA		EXPORT REFERENCES	
IFY PARTY GABRIEL REY MANJARRES		FORWARDING AGENT (Reference) MELYAKARGO LTDA. NIT: 900.047.228-1 CRA. 106 NO. 15-25 MZ 24 BOD 137 TEL. + 57 1 4046677/96/98- 4046586/88 FAX. +57 1 4046847-4396539 ALSO NOTIFY PARTY MARGARITA RAYO	
*PRE-CARRIAGE BY OCEAN VESSEL/VOY NO. CSQ EUROPE V.0097W PORT OF DISCHARGE BUENAVENTURA, COLOMBIA		*PLACE OF RECEIPT DAIJIAN CHINA PORT OF LOADING DAIJIAN CHINA PLACE OF DELIVERY BUENAVENTURA, COLOMBIA	
MARKS AND NUMBERS N/M CNTR NO.: CSLU1305619/A21722/20' GP CXDU1214651/A21724/20' GP		NO. OF PKGS 22 CASES CY TO CY SAY TOTAL: TWENTY TWO CASES ONLY.	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS PARTICULARS FURNISHED BY MERCHANT SHIPPER'S LOAD & COUNT & SEAL 2X20' GP (P.C.L) CY/CY CLEAR FLOAT GLASS 49580.00KGS 34.000CBM
ITEM NO., FREIGHT RATES, CHARGES		PREPAID	COLLECT
SHIPPED ON BOARD DATE APR 01 2012 RECEIVED by the Carrier the Goods as specified above in apparent good order and condition, unless otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorized or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading to which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local privileges and customs notwithstanding. The particulars given above as stated by the shipper and the weight, measure, quantity, condition, contents and value of the Goods are unknown to the Carrier. IN WITNESS whereof three (3) original Bills of Lading have been signed, all of the same tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void.		PLACE AND DATE OF ISSUE: SHANGHAI, CHINA 上海星麦国际货物运输代理有限公司 SIGNED FOR THE CARRIER Starmark International Forwarding Ltd.	
NUMBER OF ORIGINAL B(s)/L: THREE (3) TOTAL PAYABLE AT		AS AGENT FOR THE C	

STARMARK		上海星麦国际货物运输代理有限公司 STARMARK INTERNATIONAL FORWARDING LTD.		ORIGINAL BILL OF LADING	
SHIPPER ABON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED QINGDAO, CHINA. TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220		BOOKING NUMBER TA0BLIN000763		B/L NO. SHSW1205385PC	
CONSIGNEE EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA		EXPORT REFERENCES FORWARDING AGENT (References) MELYAKARGO LTDA. NIT:900.047.228-1 CRA.106 NO.15-25 N2 24 BOD 137 TEL.+57 1 4046677/96/98- 4046586/88 FAX.+57 1 4046847-4396539 MARGARITA RAYO			
NOTIFY PARTY GABRIEL REY MANJARRIES		ALSO NOTIFY PARTY PARRACIOTHESSMARTITIASMELYAKINTERNATIONAL.COM BOGOTA-COLOMBIA			
*PRE-CARRIAGE BY OCEAN VESSEL/VOY NO. CSAV PETORCA 1222E		*PLACE OF RECEIPT QINGDAO, CHINA		POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (For the Merchant's Reference Only)	
PORT OF DISCHARGE BUENAVENTURA, COLOMBIA		PORT OF LOADING QINGDAO, CHINA		ONWARD INLAND ROUTING (For the Merchant's Reference Only)	
MARKS AND NUMBERS N/M CNTR NO. : CCLU2934127/P281844/20' GP		DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS PARTICULARS FURNISHED BY MERCHANT SHIPPER'S LOAD & COUNT & SEAL 1120' GP (F.C.L) CY/CY CLEAR FLOAT GLASS 11 CASES CY TO CY SAY TOTAL: ELEVEN CASES ONLY.		GROSS WEIGHT 24300.00KGS MEASUREMENT 17.000CBM	
ITEM NO., FREIGHT RATES, CHARGES		PREPAID		SHIPPED ON BOARD DATE	
NUMBER OF ORIGINAL B(s) L:		TOTAL		PLACED AND DATE OF ISSUE	
*Applicable only when used for multimodal or through transportation		PAYABLE AT		SIGNED FOR THE CARRIER	
No: 0002253		THREE (3)		SHANGHAI, CHINA	

ANEXO Q. DOCUMENTO DE TRANSPORTE IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL

11091078



上海星麦国际货物运输代理有限公司
STARMARK INTERNATIONAL FORWARDING LTD.

ORIGINAL BILL OF LADING

SHIPPER ABON INDUSTRIES CORPORATION LIMITED QINGDAO, CHINA TEL: 0086-532-55576229 FAX: 0086-532-55576220		BOOKING NUMBER TSNBUN900738		B/L NO. SHSW1205387PC	
CONSIGNEE EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO, ETALUM LTDA CALLE 2 CIRCUNVALAR 101 PARQUE INDUSTRIAL DE BUCARAMANGA II ETAPA		EXPORT REFERENCES FORWARDING AGENT (References) MELVAKARGO LTDA. NIT:900.047.228-1 CRA.106 NO.15-25 WZ 24 BOD 137 TEL. + 57 1 4046677/96/98- 4046586/88 FAX. +57 1 4046847-4396539 MARGARITA RAYO OPERACIONES MARITIMAS MELVAK INTERNATIONAL BOGOTA-COLOMBIA			
NOTIFY PARTY GABRIEL REY MANJARRES		ALSO NOTIFY PARTY			
*PRE-CARRIAGE BY OCEAN VESSEL/VOY NO. CSAY PETORCA 1222E PORT OF DISCHARGE BUENAVENTURA, COLOMBIA		*PLACE OF RECEIPT XINGANG, CHINA PORT OF LOADING XINGANG, CHINA PLACE OF DELIVERY BUENAVENTURA, COLOMBIA		POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (For the Merchant's Reference Only) ONWARD INLAND ROUTING (For the Merchant's Reference Only)	
MARKS AND NUMBERS N/M CNTR NO. : CCLU2741621/P208441/20 GP	NO. OF PKGS 10 CASES CY TO CY SAY TOTAL: TEN CASES ONLY.	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS PARTICULARS FURNISHED BY MERCHANT SHIPPER'S LOAD & COUNT & SEAL 1X20' GP (P.C.L.) CY/CY FORD BLUE FLOAT GLASS		GROSS WEIGHT 26660.00KGS	MEASUREMENT 17.000CBM
ITEM NO., FREIGHT RATES, CHARGES		PREPAID	COLLECT	SHIPPED ON BOARD DATE RECEIVED by the Carrier the Goods as specified above in apparent good order and condition, unless otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorized or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading to which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local privileges and customs notwithstanding. The particulars given above as stated by the shipper and the weight, measure, quantity, condition, contents and value of the Goods are unknown to the Carrier. IN WITNESS whereof three (3) original Bill of Lading have been signed, all of the same tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void. PLACE AND DATE OF ISSUE 2, 2012 THREE (3)	
NUMBER OF ORIGINAL B(s)/L: TOTAL PAYABLE AT		SHIPPED ON BOARD JUN 02, 2012 ON BOARD		SIGNED FOR THE CARRIER Starmark International Forwarding Ltd. AS AGENT FOR THE CARRIER	

No: 0002249

ANEXO R. FLETE MARÍTIMO IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM



Cra. 106 No. 15 - 25 Mz 24 Bod 137, BOGOTÁ, COLOMBIA
Tel: (57) 1 4046677 / 4046697/ Fax: (57) 1 4046847 – 1 4396539
E-MAIL: www.melyakinternational.com

Bogotá, 8 de Mayo de 2012

RELACION DE FLETES Y GASTOS MARITIMOS DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES

Señor Administrador

Ajuntó copia de la(s) Factura (s) en la cual relacionamos los gastos de embarque marítimo correspondiente a:

-BUQUE :

-CONOCIMIENTO DE EMBARQUE No. : DLCBUN000217

-PUERTO DE EMBARQUE: QUINDADO

-PUERTO DE DESCARGUE: BUENAVENTURA, CO

-CONSIGNADO A : EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO LTDA ETALUM

- FACTURAS: 5564 -

FLETE INTERNACIONAL	USD	4050.00
---------------------	-----	---------

OBSERVACIONES
FCL/FCL
OP 2012050005

ANEXO S. RECIBO DE SEGURO IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM

Transporte de Mercaderías

Colseguros

Bogotá D. C., 4 de Abril de 2012

Señores
MELYAKARGO LTDA
Bogotá

Referencia: CERTIFICACIÓN PÓLIZA ESPECIFICA DE TRANSPORTE DE MERCANCIAS No. 81
COLSEGUROS S.A.

Apreciados señores:

Por medio de la presente, certificamos que bajo la póliza citada en el asunto se otorga cobertura para el despacho cuyas características citamos a continuación:

Certificación No.:	54
Tomador:	MELYAKARGO LTDA
Nit.:	900047228-1
Asegurado:	ETALUM LTDA
Nit.:	800.206.316-1
Bienes Asegurados:	VIDRIO FLOTADO PARA LA CONSTRUCCION
Lugar de Origen:	BODEGA DEL PROVEEDOR AEON INDUSTRIES CORP EN QUINGDAO
Lugar de Destino:	BUENAVENTURA - BOGOTÁ COLOMBIA
Modos de Transporte:	MARITIMO
Valor Asegurado:	\$ 21.334.435
Tasa de Seguro:	0,68%
Fecha Salida:	04-Abr-12
Fecha Llegada:	04-Jun-12
Vigencia Póliza:	Desde: 06 de Mayo de 2011 A LAS 00:00 HORAS Hasta: 05 de Mayo de 2012 A LAS 24:00 HORAS

Amparos Otorgados

Daño Material (Basico)
Falta De Entrega
Avería Particular
Saqueo
Huelga Interior Y Exterior
Guerra Internacional

Amparos Opcionales

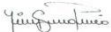
Lucro Cesante SI
Gastos Adicionales No

Deducibles

Según condiciones particulares en la póliza vigente TRME - AGENTE CARGA

Todos los demás terminos y condiciones no mencionados se mantienen de acuerdo con las condiciones vigentes estipulados en la póliza original.

La presente certificación de cobertura se firma a los 04 días del mes de Abril de 2012.


YIMY SERNA PENA
Profesional Senior - Gerencia Nacional de Transportes


Allianz

Líder global en soluciones de protección, ahorro e inversión

ACEPTACION

3520/2000/26452

STICKERS:

2152110000209

FECHA

2012-05-11

2012-05-14

ANEXO T. CUENTA DE COBRO INTERMEDIACIÓN IMPORTACIÓN VIDRIO CLARO 4MM

CUENTA DE COBRO 1215/12

Mayo 25 de 2012

ETALUM LTDA

A

ANA MARIA RUI Z ROJAS

DEBE

Por concepto de nacionalización VIDRIO FLOTADO DE AEON IND ETL001-120307

INGRESOS PROPIOS	
Declaración de importación	15.000
Declaración de valor	15.000
Gastos generales	100.000
Preinspección	100.000
Clasificación arancelaria	80.000
Servicios de intermediación 2 cont 20	<u>1.200.000</u>
SUBTOTAL INGRESOS PROPIOS	1.510.000
INGRESOS PARA TERCEROS	
Formatos DAV	6.000
Bodegajes Fact 00223955	355.862
Uso instalaciones Fact 00223954	510.702
Movilizacion Preinspeccion 1 CONT	650.000
Movilizacion inspección aduanera 2 CONT	1.300.000
Cargue a camión	<u>180.000</u>
SUBTOTAL INGRESOS TERCEROS	3.002.564
TOTAL	4.512.564
ANTICIPO	<u>3.500.000</u>
SALDO	1.012.564

SON: UN MILLON DOCE MIL QUINIENTOS SESENTA Y CUATRO PESOS MCTE.



Anexos: Declaraciones de importación, valor, BL, invoice,

CARRERA 69B No:24-39 anamaria.ruizrojas@gmail.com Tel 2957066 CEL 3125946340

**ANEXO U. CUENTA DE COBRO INTERMEDIACIÓN IMPORTACIÓN VIDRIO
CLARO 5MM**

ANA MARIA RUIZ ROJAS
RUT 51.654.019-1

CUENTA DE COBRO 1279/12

Agosto 15 de 2012

ETALUM LTDA

A

ANA MARIA RUIZ ROJAS

DEBE

Por concepto de nacionalización VIDRIO FLOTADO DE AEON BLEU AE12050782

INGRESOS PROPIOS

Declaración de importación	15.000
Declaración de valor	15.000
Gastos generales	100.000
Preinspección	80.000
Servicios de intermediación 1X20	<u>600.000</u>

SUBTOTAL INGRESOS PROPIOS

810.000

INGRESOS PARA TERCEROS

Formatos DAV	6.000
Bodegajes y usos Fact 5247631/32	363.831
Movilización Inspección Fac 2793	350.000
Movilización inspección aduanera	350.000
Cargue a camión	<u>90.000</u>

SUBTOTAL INGRESOS TERCEROS

1.159.831

TOTAL

1.969.831

ANTICIPO

2.000.000

SALDO A SU FAVOR

(30.169)

SON: TREINTAMIL CIENTO SESENTA Y NUEVE PESOS MCTE.

Atentamente,

ANA MARIA RUIZ ROJAS

Anexos: Declaraciones de importación, valor, BL, invoice,

CARRERA 69B No:24-39 anamaria.ruizrojas@gmail.com Tel 2957066 CEL 3125946340

ANEXO V. FLETE MARÍTIMO IMPORTACIÓN VIDRIO AZUL



Cra. 106 No. 15 - 25 Mz 24 Bod 137, BOGOTÁ, COLOMBIA
Tel: (57) 1 4046677 / 4046697/ Fax: (57) 1 4046847 - 1 4396539
E-MAIL: www.melyakinternational.com

Bogotá, 12 de Julio de 2012

RELACION DE FLETES Y GASTOS MARITIMOS DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES

Señor Administrador

Ajunto copia de la(s) Factura (s) en la cual relacionamos los gastos de embarque marítimo correspondiente a:

-BUQUE :
-CONOCIMIENTO DE EMBARQUE No. : SHSM1205387PC
-PUERTO DE EMBARQUE: TIANJIN, CN
-PUERTO DE DESCARGUE: BUENAVENTURA, CO
-CONSIGNADO A : EMPRESA TRANSFORMADORA DE ALUMINIO ETALUM LTDA
- FACTURAS: 5823 -

FELETE INTERNACIONAL	USD	2700
----------------------	-----	------

**ANEXO W. CUENTA DE COBRO AGENTE ADUANERO IMPORTACIÓN VIDRIO
AZUL**

CUENTA DE COBRO 1278/12

Agosto 15 de 2012

ETALUM LTDA

A

ANA MARIA RUIZ ROJAS

DEBE

Por concepto de nacionalización VIDRIO FLOTADO DE AEON BLEU AE12050781

INGRESOS PROPIOS

Declaración de importación	15.000
Declaración de valor	15.000
Gastos generales	100.000
Preinspección	80.000
Servicios de intermediación 1X20	<u>600.000</u>

SUBTOTAL INGRESOS PROPIOS

810.000

INGRESOS PARA TERCEROS

Formatos DAV	6.000
Bodegajes y usos Fact 5247631/32	356.480
Movilización Inspección Fac 2794	350.000
Movilización inspección aduanera	350.000
Cargue a camión	<u>90.000</u>

SUBTOTAL INGRESOS TERCEROS

1.152.480

TOTAL

1.962.480

ANTICIPO

2.000.000

SALDO A SU FAVOR

(37.520)

SON: TREINTA Y SIETEMIL QUINIENTOS VEINTE PESOS MCTE.

Atentamente,

ANA MARIA RUIZ ROJAS

Anexos: Declaraciones de importación, valor, BL, invoice,

ANEXO X. PROFORMA IMPORTACIÓN DE PERFILES DE ALUMINIO

		GALuminium Group Co.,Ltd. Add: No.55 Qinyun Rd Jianggao Town Baiyun District Guangzhou China 510450 http://www.gzga.com.cn E-mail: terence9571_alu@yahoo.cn Tel: 86-20-86161890 Fax: : 86-20-8616173							
Proforma Invoice									
Buyer: ETALUM Ltda---Gabriel Rey Manjarres									
Add: Columbia									
						Invoice No: GALTOUT20120809			
						Date: AUG 9TH, 2012			
No	Customer Code	GAL Code	Length (Meter)	Color	Qty (Bar)	Theory weight (kg/meter)	Unit Price (USD/KG)	Total weight (KGS)	Amount (USD)
1	416	GWJ103001	5,8	Anodized silver	300	0,478	3,40	831,720	2827,848
2	1101	GWJ103002	5,8		110	0,602	3,40	384,076	1305,8584
3	1734	GWJ103003	5,8		110	0,719	3,40	458,722	1559,6548
4	1733	GWJ103004	5,8		100	0,739	3,40	428,620	1457,308
5	177	GWJ103005	5,8		300	0,169	3,60	294,060	1058,616
6	147	GWJ103008	5,8		600	0,313	3,50	1089,240	3812,34
7	258	GWJ103009	5,8		600	0,403	3,40	1402,440	4768,296
8	P349	GWJ103011	5,8		600	0,347	3,50	1207,560	4226,46
9	144	GWJ103014	5,8		300	0,362	3,50	629,880	2204,58
10	192	GWJ103015	5,8		600	0,193	3,60	671,640	2417,904
11	P194	GWJ103016	5,8		300	0,355	3,50	617,700	2161,95
12	P193	GWJ103017	5,8		600	0,396	3,40	1378,080	4685,472
13	1015	1018	5,8	Anodized silver	200	0,435	3,40	504,600	1715,64
14	117	10137	5,8		100	0,512	3,40	296,960	1009,664
15	T094	4004	5,8		100	0,644	3,40	373,520	1269,968
16	1018	10011	5,8		100	0,218	3,60	126,440	455,184
17	116	4001	5,8		300	0,261	3,60	454,140	1634,904
18	T182	4007	5,8		160	0,924	3,40	857,472	2915,4048
Total Amount					5480	/	/	12006,87	\$41.487,05
Notes: 1、 The above price based on FOB Guangzhou. 2、 Aluminium alloy 6063 / T5. 3、 Terms of payment: Once the order was confirmed, the 30% of the total contract value as advance payment shall be remitted to Seller in 3 days, the remaining should be paid before loading. 4、 Actual weight: according to the pound record by seller's. 5、 Time of shipment : Within 20-25 days for each container after receipt of deposit and confirm of order. 6、 Type of packing : The extrusion profiles will be spaced by plastic foam paper and packed into bundle together with paper, outside will be packed with heat-contract plastic film. 7、 Bank Information : BENEFICIARY CUSTOMER : GUANGDONG GALUMINIUM GROUP CO., LTD. BENEFICIARY ACCOUNT: 845061706108093014 BANK NAME : BANK OF CHINA, BAIYUN SUB-BRANCH, GUANGZHOU CHINA BANK ADDRESS: 1138 JICHANG ROAD, GUANGZHOU, CHINA SWIFT CODE: BKCHCNBJ400 TEL(BANK) : 0086-20-86328585 FAX(BANK): 0086-20-86328967									