



PERFIL LOGISTICO DE IMPORTAR TELEVISORES DE JAPON A COLOMBIA



ADRIANA MOLINA CARRILLO
KATHERINE ESCALANTE VARELA

ING. LEONARDO CAMPO

Docente

DIPLOMADO EN GESTION DE LOGISTICA INTEGRAL
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS

SANTA MARTA

2011

Contenido

| | |
|---|----|
| 1 PERFIL LOGISTICO DE IMPORTACION DE ELECTRODOMESTICOS DE JAPON A COLOMBIA..... | 3 |
| 1.1 A nivel mundial..... | 3 |
| 1.2 País de origen (Japón)..... | 4 |
| 1.3 A nivel local (país destino-Colombia) | 6 |
| 1.4 Producto a importar: televisores..... | 12 |
| 1.5 Percepción de compra | 13 |
| 1.6 Conducta de compra..... | 13 |
| 1.7 Segmento a cual se dirige el producto..... | 14 |
| 2 Empaque Y Embalaje..... | 15 |
| 3 REQUERIMIENTOS Y PERMISOS | 17 |
| 3.1 Tramites De Nacionalización De La Mercancía..... | 17 |
| 4 COTIZACIONES | 19 |
| 4.1 COTIZACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL..... | 19 |
| 4.2 COTIZACIONES DE AGENCIAMIENTO ADUANERO | 22 |
| 4.3 COTIZACIONES DE TRANSPORTE NACIONAL..... | 24 |
| 5 MATRIZ DE COSTO..... | 25 |
| Es notable que las importaciones de electrodomésticos son muy rentables más cuando la distribución de dicha mercancía es repartida a los mayoristas, el precio que decidimos es al publico mayorista para que ellos realicen la venta del producto al consumidor final. | 25 |
| 6 DETERMINACION DEL PRECIO FINAL DE VENTA DEL PRODUCTO | 26 |
| 7 CONSIDERACIONES ESPECIALES PARA EL MANEJO DEL PRODUCTO | 26 |
| 8 ANEXOS..... | 27 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 34 |

1 PERFIL LOGISTICO DE IMPORTACION DE ELECTRODOMESTICOS DE JAPON A COLOMBIA

El presente trabajo comprende el comportamiento de las importaciones de los electrodomésticos a nivel mundial y local (país de destino Colombia-país de origen Japón), tratando de presentar información detallada. Para ello, se puntualiza todo el proceso de distribución física internacional de dicha importación, agenciamiento aduanero, empaque, embalaje, agenciamiento marítimo, transporte terrestre.

1.1 A nivel mundial



El sector de electrodoméstico se encuentra determinado dentro de la industria electrónica y electrotécnica, siendo estos los más grandes del mundo, que además posee una tasa de crecimiento superior a la media.

Existen tres categorías en el sector de electrodomésticos, la Línea Blanca que comprende las neveras, lavadoras y cocinas entre los más representativos, Línea Marrón que son televisores, equipos de sonido, home theaters y DVD entre otros, y Pequeños Electrodomésticos o Artefactos que comprende las licuadoras, planchas, ventiladores, cafeteras, secadores, cepillos de dientes, afeitadoras, sandwicheras, extractoras de jugos, yogurteras, entre otros.

Dentro de los productos fabricados se encuentran los de línea blanca como neveras domésticas, cocinas, campanas, calentadores y refrigeradores industriales y los de la línea marrón, televisores y equipos de sonido.

La inversión en bienes de equipo representa la demanda global de los grupos electrónicos, siendo estos: el crecimiento del subsector electrotécnico, electrónico y el inmenso progreso técnico, los nuevos mercados provocan un crecimiento todavía superior. A través de esto, la evolución mundial del mercado electrotécnico y electrónico se determina por la Electrónica Industrial y por el desarrollo de sistemas de software y mantenimiento. Este campo, es un ejemplo típico que se representa en Estado Unidos

con una aproximación porcentual casi a un 30% a Asia. La estructura de la producción sectorial está influida por las corrientes de importación y exportación de los países.

El mercado mundial en los últimos años ha impulsado una interconexión entre: La eliminación de los obstáculos comerciales, la liberalización de los movimientos de capital y las nuevas tecnologías de comunicación. Sin embargo, cabe destacar que se ha empeorado en parte la situación en el mercado nacional debido a la creciente competencia en los mercados exteriores; por otra parte han surgido mayores oportunidades de venta en los mercados extranjeros. Todas las previsiones de futuro anuncian que el mercado eléctrico mundial en los próximos años seguirá creciendo por encima de la media, obteniendo así un nivel cada vez mayor de competencia. A su vez, las características de los productos del sector hacen que toda una serie de industrias suministradoras, como las de maquinaria, materias primas, piezas, componentes de diferentes tipos, etc., estén directamente vinculadas con la fabricación de los electrodomésticos.

Es importante resaltar que en el mundo, el mayor productor de electrodomésticos es China, la producción anual de refrigeradores y la de televisores son de 14 millones unidades, mientras que la de aparatos de aire acondicionado asciende a 20 millones, lo cual representa un 20% y un 50% de la producción mundial, respectivamente. Al mismo tiempo, la fabricación de pequeños electrodomésticos también ha cobrado un rápido desarrollo¹.

1.2 País de origen (Japón)



Japón pertenece al continente Asiático, y está clasificado por el Fondo Monetario Internacional como una economía avanzada. Su situación económica se caracteriza por una gran fortaleza y dinamismo. Japón, con una superficie de 377.900 km², una población de 127.956.008 habitantes y un nivel alto de renta por habitante, se presenta como poseedor de un enorme potencial económico².

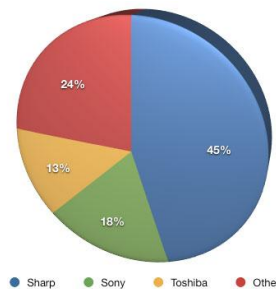
¹ Diario del pueblo, "china mayor productor en el mundo": http://spanish.peopledaily.com.cn/spanish/200112/25/sp20011225_51229.html

² ↑ [# b s](#) Geografía e historia-Japón. Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana. Suplemento actualizador 1997-1998. Madrid, Espasa Calpe, 1999. [ISBN 84-239-4368-2](#)

Para el Japón se estima que la tasa de crecimiento de la economía estará entre 1% al 1.6%, esto según economistas de la BBVA y Barclays capital, a pesar de la tragedia que ha sufrido recientemente Japón y que los costos económicos de esta se encuentran entre 2.4% y 3.4% del PIB equivalente a US\$ 148.000 y US\$120.000 millones, vale la pena mencionar que esta es la segunda economía más importante del mundo, aunque dispone de pocos recursos naturales y necesita del exterior para proveerse de materia prima y de recursos energéticos, depende altamente de sus exportaciones las cuales fueron para el 2010 de 769.839 Millones de Dólares, está saliendo de una recesión económica ocasionada por la crisis financiera de los Estados Unidos , por lo tanto la destrucción ocurrida a comienzos de año afectan negativamente las relaciones existentes.

Haciendo referencia al escenario de comercio exterior de Japón, éste es considerado como una economía muy abierta, como consecuencia del peso que sus operaciones comerciales con el exterior tienen sobre el Producto Interior Bruto. El nivel de sus intercambios comerciales representa el 5,458% de las exportaciones mundiales y el 4,905% para las importaciones. Por un lado las exportaciones de Japón han presentado en los últimos años un perfil evolutivo muy elevado. Dentro del territorio Japonés existen marcas fabricantes de televisores bien posicionadas en el mercado doméstico, de las cuales se destacan la marca Sharp con un 45% del mercado, Sony 18% y Toshiba con un 13%. La Empresa Sharp le ofrece al mercado una excelente relación de precio- calidad, un estudio realizado por la Compañía Japonesa GFK esto en cuanto a TV LCD, mientras tanto a nivel mundial la marca Samsung es la que lidera el mercado de televisores³.

En Japón las principales marcas de televisores son: Matsushita (Panasonic) que recientemente ha hecho una alianza con Hitachi y Canon.



<http://ounae.com/sharp-lider-de-ventas-en-televisores-lcd-en-japon>

Japón no solo exporta estas innovaciones técnicas, sino que está a la vanguardia de su aplicación industrial. El empleo de estos avances en la industria ha permitido el aumento de la automatización y el control informático del proceso de producción en las empresas símbolo del éxito japonés como Sony, Toshiba o Hitachi, punteras en electrónica⁴.

³ CNN Expansión, Japón Crecerá 1.6% en 2011

⁴ "Japón: un país muy poblado y urbanizado": http://www.portalplanetasedna.com.ar/paises_menu2.htm

Por otra parte, en lo que respecta a las relaciones bilaterales, El ministro de Comercio, Industria y Turismo Sergio Díaz-Granados señaló que el Tratado de Libre Comercio con Japón queda congelado por los desastres ocasionados a causa del Tsunami.

No obstante, el consejero de la embajada de Japón en Colombia Yasuhisa Suzuki explicó que la emergencia no es la única razón de peso, pues los secuestros de japoneses en Colombia y la inversión en telecomunicaciones que hicieron empresarios nipones en Telecom antes de su venta a España, dejó resentimiento en el país del sol naciente, de acuerdo a datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, a 2009 las exportaciones colombianas a Japón llegaban a 305 millones de dólares, presentando un comportamiento creciente desde el 2003.

En este momento, hay en Colombia siete compañías japonesas y en México más de 400 por lo que se cree no existirán mayores pérdidas en el sector automotriz y de electrodomésticos por el terremoto que ocurrió en Japón, es decir la producción no se parará y por ende sus ventas tampoco.

La mayoría de los economistas cree que el impacto directo a la economía totalizará entre 10 y 16 billones de yenes (125.000 -200.000 millones de dólares), resultando en una contracción del producto interno bruto (PIB) del segundo trimestre⁵.

Sin embargo, también habría un fuerte repunte en la última parte del segundo semestre de 2011, gracias a las inversiones para la reconstrucción, que impulsarán el crecimiento.

1.3 A nivel local (país destino-Colombia)



La implantación de una nueva estructura en el mercado mundial, conocido como innovación, ha permitido que el sector de electrodomésticos y gasodomésticos en Colombia y en el mundo se mantenga dinámico ante nuevas ofertas en términos energéticos, ambientales y tecnológicos, y cada vez a menores precios. Cuando se evalúa la mejora en calidad de vida se mide entre otros factores, la penetración de ciertos

⁵ TLC con Japón, parado por tsunami y desconfianza
inversionista<http://mercadosytrading.com/component/content/article/35-analisis/90-tlc-con-japon-parado-por-tsunami-y-desconfianza-inversionista.html>

artefactos que contribuyen al bienestar y a la comunicación. Si bien el país ha llegado a niveles aceptables de penetración de ciertos artefactos, aun hay mucho espacio para implementar y desarrollar importaciones de los diferentes electrodomésticos existentes.

En gasodomésticos, ha habido una reactivación debido a las políticas de expansión de gas natural, lo que ha mantenido un consumo dinámico, pero amenazado por productos importados de mala calidad y muy bajo precio.

Los productos de entretenimiento gracias a la conectividad cada vez mayor entre artefactos y a la innovación constante, han tenido un fuerte auge en el comercio porque los países gastan fuertemente en investigación, en desarrollo, hay cada vez ofertas más atractivas de alto valor agregado, la penetración es aceptable y el cambio es constante.

Colombia y el mundo están enfrentando hoy el reto de la disposición de los productos al final de la vida útil, lo que se ha denominado manejo de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos RAEE. Indudablemente esta situación constituye una oportunidad que deben acompañarse de políticas de estado y no de iniciativas aisladas que efectivamente contribuyan al medio ambiente y un mejor manejo de recursos.

En el mundo, el sector se ve amenazado por productos de mala calidad o sin especificaciones y a bajo precio. En el mundo esto se está contrarrestando con exigencias de especificaciones mínimas de desempeño y seguridad, que en el país aun son incipientes y deben abocarse acompañado de desarrollo de laboratorios y políticas de control.

En Colombia se han venido desarrollando unas políticas económicas que han fortalecido su crecimiento, de hecho este se ha calculado entre un 5.0% hasta un 5.5% entre lo que va del 2011 y el próximo 2012, al mismo tiempo el banco central realiza un control equilibrado para mantener las expectativas inflacionarias del país, indicadores que muestran comportamientos positivos para las inversiones en el país.

En adición los resultados del primer trimestre del 2011 de la economía colombiana se ha expandido hasta un 5.1%, lo cual ha significado para el PIB un crecimiento del 1.9%, esta variación fue un consecuente del incremento del consumo privado que se ha presentado en el país recientemente, el cual creció 6.3%, sustentando este aumento de consumo a las adquisiciones de bienes durables, estadísticas que ayudan a afirmar la confianza de los inversionistas en este sector, agregando la seguridad que ha creado un ambiente de confianza en el país; una de las estadísticas que demuestran esta seguridad, son las importaciones que se han realizado a través de los últimos años y el excelente resultado que estas han arrojado, las compras externas⁶.

⁶ Comercio Exterior – Importaciones Y Balanza

Comercial:http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_abr11.pdf

**Variación porcentual del valor CIF de las importaciones originarias de China, Japón y Corea
Total nacional
Enero – marzo 2007 - 2011**

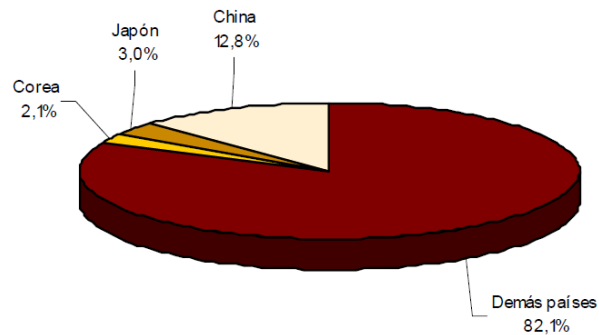
Miles de dólares CIF

| Años | China | Var % | Japón | Var % | Corea | Var % |
|------|-----------|-------|---------|-------|---------|-------|
| 2007 | 645.510 | 65,2 | 303.762 | 49,5 | 190.135 | 22,4 |
| 2008 | 941.179 | 45,8 | 307.629 | 1,3 | 224.094 | 17,9 |
| 2009 | 866.579 | -7,9 | 206.147 | -33,0 | 194.359 | -13,3 |
| 2010 | 1.008.115 | 16,3 | 225.942 | 9,6 | 193.774 | -0,3 |
| 2011 | 1.559.799 | 54,7 | 366.913 | 62,4 | 259.301 | 33,8 |

Fuente: DIAN Cálculos: DANE - COMEX

Estas estadísticas representan, las variaciones positivas en compras externas de Colombia hacia: China, Japón y República de Corea, con los siguientes porcentajes respectivamente 16,3%, 9,6% y 0,3%.

Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones, según país de origen
Enero – marzo 2011



Fuente: DIAN Cálculos: DANE - COMEX

Por otra parte, la inversión extranjera directa ha tenido un aumento del 323% más que desde el año 2002, alcanzando en el 2008 los US\$ 6.823 millones, lo cual indica que los montos de inversión son cuatro veces más que los registros del 2002, además estos resultados demuestran que existen muchas garantías y facilidades para hacer negocios dentro de este territorio. Otro factor importante es el potencial del mercado Colombiano, hay cerca de 46 mil millones de habitantes, la ubicación geográfica es privilegiada debido a que se tiene acceso a mercados internacionales⁷.

Haciendo referencia al sector de electrodomésticos en Colombia, es importante resaltar que este se encuentra liderado por fabricantes, importadores o comercializadores, las exportaciones para el 2007 han crecido hasta el 65% jalonadas por el desempeño de las demandas venezolanas representando el 66.5% , mientras que las importaciones crecieron hasta un 24% siendo México el país desde donde se importa cerca de 31.6% de los productos electrodomésticos que ingresan al país y China el segundo con un 22.2%⁸.

⁷ "comercio exterior: importaciones" <http://www.dane.gov.co>

⁸ "comercio exterior" <http://comercioexterior.banesto.es/es/profile/crear>

Las comercializadoras o importadores de electrodomésticos en Colombia han estado preocupados, según la Balanza comercial el departamento de Antioquia importa 157.000 millones de Dólares en aparatos eléctricos, tecnología y vehículos. Por el lado de las exportaciones las cifras alcanzaron 35 millones de Dólares.

Otro aspecto que preocupa el intercambio comercial existente entre los dos países, es el de las plantas nucleares cabe mencionar la de Fukushima, las cuales pueden provocar cuellos de botellas que afectan la producción en algunas zonas de este país asiático considera el Economista Jorge Sicilia (BBVA).

El sector de electrodomésticos en Colombia está compuesto por Fabricantes e Importadores ó Comercializadores, siendo los primeros los que a través de los años y con la apertura de la economía colombiana se vieron obligados a mejorar su productividad y lograr un producto que hoy es competitivo y les ha permitido mantenerse en un mercado caracterizado por la innovación constante y las economías de escala, y que ha estado siempre afectado en menor o mayor medida por prácticas comerciales irregulares en la importación ó introducción al país.

En la actualidad los fabricantes de electrodomésticos locales están representados principalmente por 9 empresas, Industrias Haceb S.A., Mabe Colombia S.A., Indusel S.A., Challenger S.A., Groupe Seb S.A., Indufrial S.A., Incelt S.A., Sudelec S.A. y Superior S.A., generando aproximadamente 7.000 empleos directos y 200.000 indirectos. En línea Blanca (neveras, lavadoras, cocinas, entre otros) están las empresas Haceb, Mabe, Indusel, Sudelec, Superior, Challenger e Indufrial, esta última especializada en refrigeración industrial, la línea marrón está representada por Challenger S,A, quien ensambla y vende televisores y Groupe Seb S.A. representado a las de pequeños electrodomésticos⁹.

Durante los últimos años han desaparecido fabricantes nacionales como Icasa, Kendo, Colel, Mc Silver entre otros, Haceb compró la marca Icasa y Mabe compró la fábrica y la marca de Centrales, Groupe Seb compró Volmo. La desaparición de algunas fábricas obedeció inicialmente, a fenómenos como el contrabando y más adelante a la competencia con multinacionales que ofrecen sus productos con altos niveles de calidad y buenos precios, dado su acceso a materias primas competitivas como aceros y plásticos y componentes en condiciones altamente competitivas ya sea porque tienen producción nacional o manejos arancelarios preferenciales.

Los electrodomésticos, según la ANDI cuentan con varios canales de ventas, el especializado o tradicional los distribuidores y mayoristas, y ventas especializadas como a constructoras o institucional entre otros. La participación en el mercado es heterogénea en función de la línea; en la línea blanca tiene un peso muy importante el canal especializado, en la marrón los hipermercados y en pequeños artefactos todos los canales y los mayoristas en particular. Dentro del canal tradicional se encuentran las tiendas especializadas en solo productos electrodomésticos ubicadas en sitios específicos de las grandes ciudades de Colombia, de las cadenas y grandes superficies se destacan

⁹ "ANDI-Colombia-cámara sector de electrodomésticos"<http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?id=20&Tipo=2>

Carrefour, Éxito, Alkosto, Cafam, Colsubsidio entre otros. Entre los distribuidores se destacan Corbeta y Cacharrería Mundial.

En cuanto a comercio exterior según estadísticas arrojadas por el DANE, entre los acuerdos más dinámicos se encuentran el antes G3 o Grupo de los 3 con México y ahora sin Venezuela y la CAN o Comunidad Andina de Naciones, desafortunadamente estos se han visto afectados, en los últimos años, por las medidas tomadas por Venezuela en contra del comercio con Colombia. Para el año 2009 el sector importó de México aproximadamente US\$ 508 millones de los cuales US\$ 359 millones corresponden a televisores, US\$50 a refrigeradores domésticos e industriales, y US\$39 millones a lavadoras. Las exportaciones del sector no son muy representativas alcanzando apenas los US\$ 15 millones de los cuales US\$ 10 corresponden a reexportaciones de televisores, los otros cinco millones incluyen principalmente licuadoras con US\$3.5 millones, cocinas empotrables por 500 mil dólares entre otros.

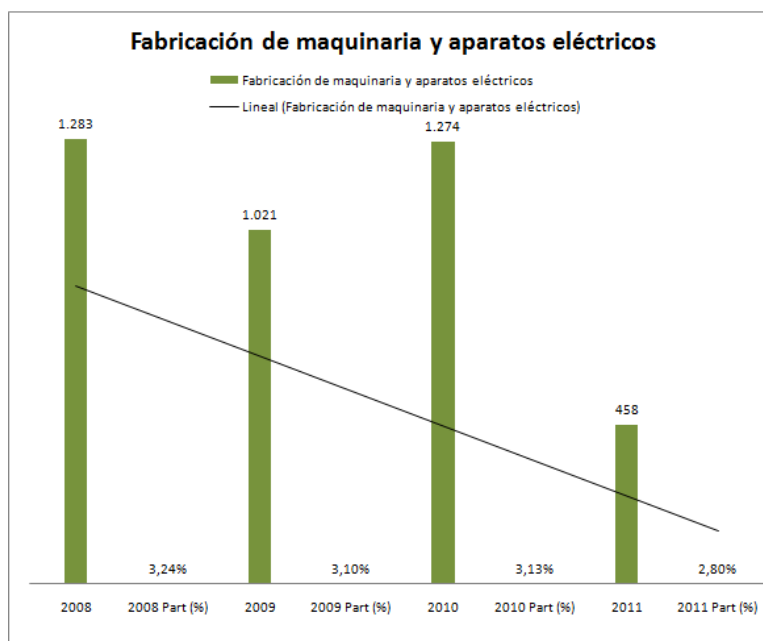
A nivel sectorial, según datos registrados por el DANE, la CAN representa un mercado más favorable, registrando para el año 2009, exportaciones por US\$158 millones de las cuales Venezuela como principal destino con US\$ 108 millones, siguiendo Perú, Ecuador y Bolivia con US\$ 25, US\$ 20 y US\$1.5 millones respectivamente, siendo refrigeración domestica e industrial el principal producto importado con US\$ 125 millones. De otro lado las importaciones alcanzaron para el año pasado los US\$ 29 millones de los cuales Ecuador aporta el 90% con US\$ 26 millones.

Colombia, importaciones según clasificación CIIU revisión 3.
2000 - 2011*

Millones de dólares CIF

| Sector | 2008 | 2008 Part | 2009 | 2009 Part | 2010 | 2010 Part | 2011 | 2011 Part |
|--|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|
| Total Importaciones | 39.669 | 100,00 | 32.898 | 100,00 | 40.683 | 100,00 | 16.396 | 100,00 |
| Sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura | 2.217 | 5,59 | 1.733 | 5,27 | 2.000 | 4,92 | 831 | 5,07 |
| Sector minero | 425 | 1,07 | 94 | 0,29 | 124 | 0,30 | 57 | 0,35 |
| Sector Industrial | 36.994 | 93,26 | 31.049 | 94,38 | 38.535 | 94,72 | 15.501 | 94,54 |
| Productos alimenticios y bebidas | 2.031 | 5,12 | 1.845 | 5,61 | 2.212 | 5,44 | 874 | 5,33 |
| Productos de tabaco | 26 | 0,07 | 15 | 0,04 | 24 | 0,06 | 7 | 0,05 |
| Fabricación de productos textiles | 928 | 2,34 | 773 | 2,35 | 1.032 | 2,54 | 421 | 2,57 |
| Fabricación de prendas de vestir | 223 | 0,56 | 207 | 0,63 | 264 | 0,65 | 103 | 0,63 |
| Cuero y sus derivados; calzado | 337 | 0,85 | 327 | 0,99 | 427 | 1,05 | 141 | 0,86 |
| Industria maderera | 141 | 0,36 | 110 | 0,33 | 171 | 0,42 | 58 | 0,36 |
| Papel, cartón y sus productos | 818 | 2,06 | 615 | 1,87 | 796 | 1,96 | 275 | 1,68 |
| Actividades de edición e impresión | 191 | 0,48 | 165 | 0,50 | 198 | 0,49 | 69 | 0,42 |
| Fabricación de productos de la refinación del petróleo | 1.557 | 3,92 | 1.198 | 3,64 | 2.068 | 5,08 | 1.242 | 7,57 |
| Fabricación de sustancias y productos químicos | 7.362 | 18,56 | 6.119 | 18,60 | 7.387 | 18,16 | 2.843 | 17,34 |
| Fabricación de productos de caucho y plástico | 1.277 | 3,22 | 1.157 | 3,52 | 1.406 | 3,45 | 547 | 3,34 |
| Otros productos minerales no metálicos | 434 | 1,10 | 369 | 1,12 | 485 | 1,19 | 186 | 1,14 |
| Fabricación de productos metalúrgicos básicos | 3.254 | 8,20 | 1.982 | 6,02 | 2.642 | 6,49 | 1.069 | 6,52 |
| Productos elaborados de metal | 644 | 1,62 | 548 | 1,67 | 686 | 1,69 | 276 | 1,68 |
| Fabricación de maquinaria y equipo | 5.094 | 12,84 | 4.455 | 13,54 | 5.022 | 12,34 | 1.919 | 11,70 |
| Fabricación de maquinaria de oficina | 1.264 | 3,19 | 1.062 | 3,23 | 1.351 | 3,32 | 492 | 3,00 |
| Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos | 1.283 | 3,24% | 1.021 | 3,10% | 1.274 | 3,13% | 458 | 2,80% |
| Fabricación de equipos de telecomunicaciones | 2.753 | 6,94 | 1.837 | 5,58 | 2.554 | 6,28 | 803 | 4,90 |
| Fabricación de instrumentos médicos | 1.163 | 2,93 | 1.063 | 3,23 | 1.378 | 3,39 | 495 | 3,02 |
| Fabricación de vehículos | 3.266 | 8,23 | 2.389 | 7,26 | 3.822 | 9,40 | 1.807 | 11,02 |
| Fabricación de otros tipos de transporte | 2.321 | 5,85 | 3.331 | 10,13 | 2.707 | 6,65 | 1.226 | 7,48 |
| Fabricación de muebles; industrias manufactureras | 555 | 1,40 | 458 | 1,39 | 626 | 1,54 | 189 | 1,15 |
| Reciclaje | 70 | 0,18 | 3 | 0,01 | 3 | 0,01 | 1 | 0,01 |
| Demás Sectores | 33 | 0,08 | 21 | 0,06 | 23 | 0,06 | 7 | 0,04 |

Fuente: www.dane.gov.co



Fuente: www.dane.gov.co

En cuanto a las importaciones de aparatos electrónicos entre los años 2008 y 2011 la participación porcentual en este sector económico fue en promedio de un 3%, lo que permite identificar la necesidad que existe de desarrollar más este sector, y poder suplir la demanda que estos aparatos requieren.

Después de este estudio, se ha determinado la importancia de importar electrodomésticos de línea marrón, específicamente televisores, dado a que estos actualmente cuentan con una participación menor al de los productos de la categoría de línea blanca, no siendo estos menos importantes pero con mayor oportunidad de explorar este mercado en específico, porque es un producto potencial y con retribuciones rentables.

Los fabricantes son cada vez mas conscientes en que un buen precio debe ir acompañado de la mejor calidad, prestaciones atractivas, innovación y diseño, que generan recordación en el consumidor son indispensables para competir a nivel mundial. Este cambio en las tendencias de consumo ha impulsado a la industria nacional a invertir más en tecnología para mejorar sus procesos y desarrollar mejores productos que no solo cumplan con las expectativas del consumidor sino que también lo hagan con los estándares internacionales de consumo energético e impacto ambiental.

En cuanto a los comercializadores, estos representan el 65% de las ventas del sector con 2.5 billones de pesos en el año 2008. Dentro del grupo de línea marrón se destacan Samsung, LG, Sony y Panasonic y en pequeños electrodomésticos Oster, Aplicca y Electrolux¹⁰.

Como importadores, las empresas comercializadoras cuentan con la experiencia de sus casas matrices trayendo productos de alta tecnología, calidad y buenos precios, aumentado así, las barreras de entrada al mercado de electrodomésticos.

1.4 Producto a importar: televisores



¹⁰ Colombia Una oportunidad de oro para electrodomésticos, Proexport Colombia, Ministerio de comercio, industria y turismo, Republica de Colombia.

La televisión (TV o tele) es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes (en movimiento) y sonido a distancia.

Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.

La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visión" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión, A veces se abrevia como TV.

Partida Arancelaria

- 8528.72.00.30: Aparatos receptores de televisión, de pantalla de cristal liquido, incluso con aparatos receptores de radiodifusión o grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado, en colores excepto los no concebidos para incorporar un dispositivo de visualización (display) o pantalla de video.

1.5 Percepción de compra

- La mayoría de los compradores de televisores adquieren su producto en tiendas especializadas, seguidas por aquellas personas que lo adquieren en otro tipo de tiendas.
- Los consumidores de televisores adquieren el producto para uso personal en su domicilio.
- Los beneficios que lo compradores esperan de su televisor es que le ofrezca una garantía en el tiempo de uso del mismo

1.6 Conducta de compra

La mayoría de los compradores de televisores adquieren las marcas de Samsung, Panasonic, Sony en pantalla plana.

Estos compradores adquieren su televisor en tamaños que varían, pero entre los más comunes tenemos el de 22”.

Su tamaño de adquisición es de 1 a 5 televisores por comprador.

Su frecuencia de compra oscila entre los 4 años a más.

Estos compradores adquieren el televisor en tiendas especializadas y en otros establecimientos y actualmente por páginas de internet como mercado libre.

1.7 Segmento a cual se dirige el producto

El segmento al que va dirigido son las familias Colombianas especialmente las de la Ciudad de Bucaramanga pertenecientes a diferentes niveles socioeconómicos y su actitud de compra se caracteriza por buscar economía y calidad en el producto.

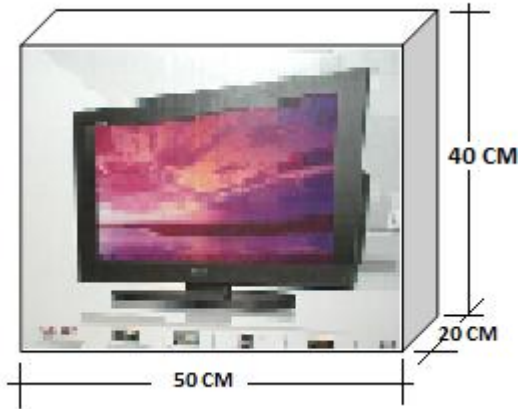
Los consumidores de este tipo de producto lo adquieren en tiendas especializadas para una mayor seguridad de ellos.

Los consumidores de este tipo de producto buscan tener en este una durabilidad, debido a que su frecuencia de compra es cada 4 años a más, por lo cual ellos demandan productos que logren cubrir sus necesidades.

2 Empaque Y Embalaje

Los equipos a importar son entregados por el proveedor en cajas de cartón de manera individual, con las siguientes medidas

Medidas Empaque



Espacio Cubico por unidad:

$$0.40 \times 0.50 \times 0.20 = 0.04 \text{ m}^3$$

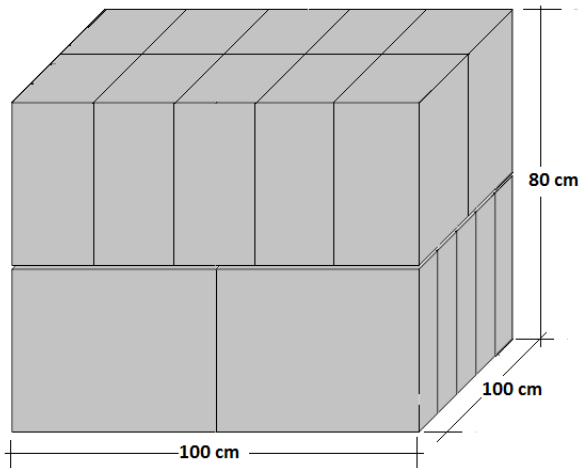
Espacio Cubico Total:

$$0.04 \text{ m}^3 / \text{unid} \times 640 \text{ unid} = 25.6 \text{ m}^3$$

Capacidad Cubica Contenedor 20'

$$33.2 \text{ m}^3$$

Medidas y organización Pallet (20 unidades por Pallet)



Espacio cubico por Pallet

$1 \text{ m} \times 1 \text{ m} \times 0.8 \text{ m} = 0,8 \text{ m}^3$

Numero de pallet en contenedor:

Capacidad Cont. / Espacio Cub pallet

$33.2 \text{ m}^3 / 0,8 = 41,5$

41 Pallet x 20 unid/pallet = 820 unid

Cantidad real a importar:

$25.6 \text{ m}^3 / 0,8 = 32$

32 pallet x 20 unid/pallet = 640 unid

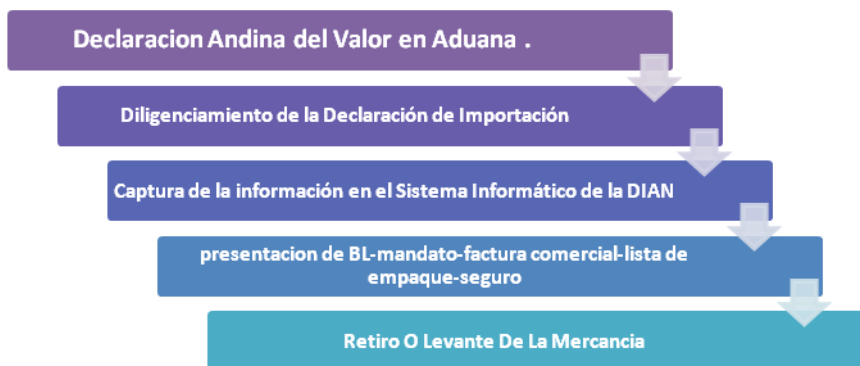
Pictogramas



3 REQUERIMIENTOS Y PERMISOS



3.1 Tramites De Nacionalización De La Mercancía



Se escoge el puerto de Buenaventura, porque es el puerto con mejor ubicación geográfica por estar localizado por el océano pacífico, la ruta es más conveniente para el buque que viene desde el oriente porque su trayecto o recorrido sería menos largo y más competente



4 COTIZACIONES

4.1 COTIZACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL



| PUERTO DE TRANSBORDO | SERVICIO | RUTA | RECALADAS | AGENTE |
|----------------------|---|---------------------|---------------------------|--|
| DIRECTO | Alex 2 Asia Latin America Express 2 Service | Tokyo | 1 Semanal (Lunes P.M.) | NAVEBUN |
| | | Busan-Pusan | | |
| | | Keelung | | BUENAVENTURA |
| | | Ningbo | | David Mantilla |
| | | Shanghai | | Calle 1A No. 2A-25 Piso 1 Edificio Banco de Bogotá |
| | | Nagoya | | Tels: (57-2) 24 23536, 24 24123 |
| | | Yokohama | | Fax: (57-2) 24 22570 |
| | | Honolulu | | dmantilla@colnvmr.com |
| | | Manzanillo (MX) | | FLETE INTERNACIONAL US\$ 4.200 |
| | | Buenaventura | | |
| | | Guayaquil | | |
| | | Manzanillo (MX) | | |
| | | Honolulu | | |
| | | Tokyo | | |



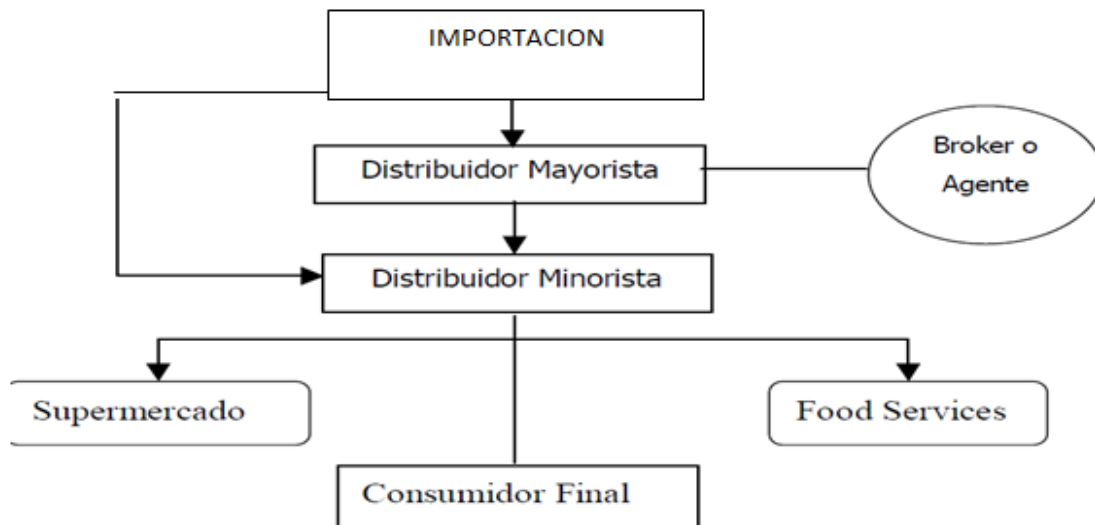
中海集装箱运输股份有限公司
CHINA SHIPPING CONTAINER LINES CO., LTD.

| PUERTO DE TRANSBORDO | SERVICIO | RTA | RECALADAS | AGENTE |
|----------------------|--|---------------------|---------------------------|--|
| DIRECTO | ACSA 3 (Asia Central South America) | Tokio | 1 Semanal (Lunes P.M.) | BROOM COLOMBIA |
| | | Yokohama | | BUENAVENTURA |
| | | Busan-Pusan | | Francisco González |
| | | Xingang | | Calle 3 No. 3 - 83 Ofic. 301 |
| | | Quingdao | | Edificio ALOMIA |
| | | Shanghai | | Tel: (57-2) 242 44 14 - 242 38 65 |
| | | Xiamen | | Fax: (57-2) 242 44 13 |
| | | Hong Kong | | Cel. (57-3) 315-3929581 |
| | | Busan | | fgonzalez@broomcolombia.com |
| | | Manzanillo (MX) | | FLETE INTERNACIONAL US\$ 2.485,00 |
| | | Lázaro Cárdenas | | |
| | | Puerto Quetzal | | |
| | | Buenaventura | | |
| | | Guayaquil | | |
| | | Puerto Quetzal | | |
| | | Manzanillo (MX) | | |
| | | Yokohama | | |

"K" LINE

| PUERTO DE TRANSBORDO | SERVICIO | RUTA | RECALADAS | AGENTE |
|----------------------|---------------|---------------------|---------------------------|--|
| DIRECTO | Andes Service | Tokyo | 1 Semanal (Lunes P.M.) | Cia. TRANSPORTADORA |
| | | Busan-Pusan | | |
| | | Keelung | | BUENAVENTURA |
| | | Ningbo | | Rudolfo Verhelst |
| | | Shanghai | | Carrera 2 No. 2-03 Ed. Compañía Transportadora |
| | | Nagoya | | TELS: (57-2) 2418122-2418123-2433515 |
| | | Yokohama | | FAX: (57-2) 2434578 - 2418206 |
| | | Honolulu | | rodulfo.verhelst@ciatransportadora.com |
| | | Manzanillo (MX) | | FLETE INTERNACIONAL US\$3.115,00 |
| | | Buenaventura | | |
| | | Guayaquil | | |
| | | Manzanillo (MX) | | |
| | | Honolulu | | |
| | | Tokyo | | |

DISTRIBUCION DE MERCANCIA



4.2 COTIZACIONES DE AGENCIAMIENTO ADUANERO



AGENCIA DE ADUANA NIVEL 2

FECHA DE VENCIMIENTO DE MERCANCIA EN DEPÓSITO: 18/07/2011

| | |
|-----------------------|---------------|
| BULTOS | 640 |
| PESO | 12375KG |
| Valor CIF | \$ 28.824.173 |
| Tasa de Cambio | 1889.11 |
| Vigencia TC | 05-07-2011 |
| Deposito | sprbun |

VALOR EN ADUANAS

| | |
|----------------|----------------------|
| FOB | \$ 23.783.687 |
| GASTOS | - |
| FLETES | \$ 4.694.438 |
| SEGURO | \$118.919 |
| AJUSTES | - |
| TOTAL | \$ 28.597.045 |

TRIBUTOS

| | |
|----------------|-----------------------|
| Gravamen 5-15% | \$4.290.000 |
| IVA 16% | \$ 5.262.000 |
| Otros | |
| Sanciones 0% | |
| Pagos Ant. | |
| TOTAL | \$9.552.000,00 |

VALOR ANTICIPO

| | |
|----------------|-------------------------|
| Tributos | \$9.552.000,00 |
| Uso portuario | \$ 106.489 |
| Bodegajes | \$ 1.308.398 |
| Manejo | \$ 682.654 |
| Formularios | \$ 141.064 |
| Reconocimiento | \$ 397.822 |
| Gastos Fijos | \$ 80.000 |
| Agenciamiento | \$ 231.990 |
| Total | \$ 12.500.417,00 |

4.3 COTIZACIONES DE TRANSPORTE NACIONAL

Valor transporte Buenaventura – Bucaramanga Contenedor de 20' y retorno de contenedor vacio a Buenaventura

| <u>TRANSPORTADOR</u> | <u>VALOR</u> |
|---|---|
| VICTORIA CARGO TRANSPORTES S.A.S | \$ 4.850.000 |
| <u>C17 B 4-38</u> Colombia, Buenaventura Teléfono: (57) (2) 2422467 |  |
| <u>TRANSCARGO S.A</u> | \$ 5.000.000 |
| Ay. Sociedad Portuaria Edif. Colfecar, L-29 Colombia, Buenaventura Tel: (57) (2) 2426750 | |
|  | 5.700.000 |
| No incluyen descargue de mercancía. | |
| Devolución contenedor a puerto \$600.000 | |

5 MATRIZ DE COSTO

TRM (\$1.766,6 del 6 de julio de 2011)

| | | \$Cop | \$Usd |
|--|---|----------------------|--------------------|
| Cotizacion Free on Board (FOB) | | \$ 23.783.687 | |
| | Seguro International | \$ 118.919 | \$62,95 |
| | flete int | \$ 4.694.438 | \$2.485,00 |
| Cotizacion cost insurance and freight (cif) | | \$ 28.597.045 | |
| | | | \$15.137,84 |
| Empaque | cajas | \$ 1.341.268 | \$710,00 |
| Embalaje | Estibas | \$ 283.367 | \$150,00 |
| | zunchos y esquineros | \$ 229.716 | \$121,60 |
| Transporte nacional | Cundinamarca- barranquilla | \$ 5.185.040 | |
| | | | \$2.744,70 |
| Manipuleo pre-embarque | Uso de instalaciones portuarias | \$ 106.489 | 56,37 |
| | Bodega de almacenamiento | \$ 1.308.398 | \$692,60 |
| | Sellos seguridad | \$ 161.009 | \$85,23 |
| | Documentación conocimiento de embarque B/L | \$ 150.846 | \$79,85 |
| | Seguro | \$ 65.212 | \$34,52 |
| Agentes | Agente aduanero | \$ 248.078 | \$131,32 |
| | Agente marítimo | \$ 330.764 | \$175,09 |
| | Seguro interno | \$ 11.335 | \$6,00 |
| | manejo de cargue en el terminal THC | \$ 94.456 | \$50,00 |
| | valor anticipo aduana(menos uso inst. bodegaje) | \$ 11.085.530 | \$5.868,12 |
| | costos total de importacion | \$ 49.198.546 | \$26.043,24 |
| utilidad | 150% | \$ 73.797.819 | |
| | precio venta del producto | \$ 115.309 | |

Es notable que las importaciones de electrodomésticos son muy rentables más cuando la distribución de dicha mercancía es repartida a los mayoristas, el precio que decidimos es al público mayorista para que ellos realicen la venta del producto al consumidor final.

6 DETERMINACION DEL PRECIO FINAL DE VENTA DEL PRODUCTO




| | |
|------------------------------|------------|
| precio venta del producto | \$ 115.309 |
|------------------------------|------------|





7 CONSIDERACIONES ESPECIALES PARA EL MANEJO DEL PRODUCTO

Deben tenerse en cuenta a la hora de adquirir un televisor:

- Las características del espacio en el hogar, es un buen referente para determinar el tamaño.(longitud, ancho, profundidad del área.), las campañas publicitarias dan a conocer las dimensiones de los televisores y el precio, este puede ser una buena ayuda para decidir.
- ¿Mientras más grande mejor? NO, lo más acorde es que sean pequeños, dado que el campo visual con que contamos los humanos no permite ver imágenes demasiado grandes, porque no caben dentro del campo de visualización
- Cada pulgada que tiene la pantalla, permite identificar la distancia de visión que debe tener ya que esta debe ser aproximadamente a 8 cm.

• **8 ANEXOS**

| | | | |
|--|--|---|--|
| 1. Shipper CHANGZHOU HUA R SHENG REFLECTIVE MATERIAL CO.,LTD. KANGZHUANG ROAD,ZOUQU TOWN,CHANGZHOU CITY,JIANGSU PROVINCE,CHINA TEL:0086-0519-3630807,3635268 | |  B/L NO. SHABUN001641 中海集装箱运输股份有限公司 CHINA SHIPPING CONTAINER LINES CO., LTD. Cable: 0001 Telex: 33200 CSCO CN Port-to-Port or Combined Transport | |
| 2. Consignee ADRIKEY ELECTRONIC LTDA KATERINE ESCALANTE KRA 21 A2 N° 29G-54 | | BILL OF LADING <small>RECEIVED is external apparent good order and condition, except otherwise noted. The total number of containers or other packages or units shown in this Bill of Lading receipt, is said by the shipper to contain the goods described above, which description the carrier has no reasonable means of checking and is not part of the Bill of Lading. One original Bill of Lading should be surrendered, except clause 22 paragraph 5, in exchange for delivery of the shipment. Signed by the consignee or duly endorsed by the holder in due course. Whereupon the other original(s) issued shall be void. In accepting this Bill of Lading, the Merchants agree to be bound by all the terms on the face and back hereof as if each had personally signed this Bill of Lading. WHEN the Place of Receipt of the Goods is an inland point and is so named herein, any notation of "ON BOARD", "SHIPPED ON BOARD" or words to like effect on this Bill of Lading shall be deemed to mean on board the truck, rail car, air craft or other inland conveyance (as the case may be), performing carriage from the Place of Receipt of the Goods to the Port of Loading. SEE clause 4 on the back of this Bill of Lading (Terms continued on the back hereof Read Carefully)</small> | |
| 3. Notify Party (Carrier not to be responsible for failure to notify) SAME AS CONSIGNEE | | ORIGINAL | |
| 4. Pre-charge by* | | 5. Place of Receipt* | |
| 6. Ocean Vessel Voy.No. HANJIN VERSAILLES 0001 E | | 7. Port of Loading YOKOHAMA | |
| 8. Port of discharge BUENAVENTURA,COLOMBIA | | 9. Place of Delivery* BUENAVENTURA,COLOMBIA | |
| | | 10. Final Destination (if the goods-ret the ship) | |
| 11. Marks & Nos. container seal No. 640 CASES TV 22" TOSHIBA CCLU3555560/LB37407/20'GP/1150CTNS/12375KGS/27.6CBM | | 12. No. of containers or P'kgs. | |
| | | 13. Kind of Packages: Description of Goods SHIPPER'S LOAD, COUNT & SEAL SAID TO CONTAIN B/L FREIGHT AS AGREED 640 CASES TV 22" TOSHIBA LIBERMOS ESTE CARGAMENTO EN CUANTO A FLETES SE REQUIERE BROOM COLOMBIA S.A. | |
| | | 14. Gross Weight kgs 12375 | |
| | | 15. Measurement 1X20'GP FCL-FCL CY-CY FREIGHT PREPAID | |
| | | 16. Description of Contents for Shipper's Use Only (CARRIER NOT RESPONSIBLE) | |
| 17. TOTAL NO. CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS) | | SAY ONE THOUSAND ONE HUNDRED FIFTY(1150)CTNS ONLY. | |
| 18. FREIGHT & CHARGES | | 19. Revenue Tons | |
| 20. Rate | | 21. Per | |
| 22. Prepaid | | 23. Collect | |
| sus obligaciones y responsabilidades BROOM COLOMBIA S.A. Address: Cra 12 #90 - 20 Of: 304, Bogota, Colombia City Code: 57-1 Tel.: 6469700 Fax: 618-2984 | | endosamos el presentado documento | |
| 24. Ex. Rate: | | 25. Prepaid at | |
| 26. Payable at | | 27. Date of Issue OCT 31 2010 | |
| 28. Total prepaid in | | 29. No. of Original B/L's THREE | |
| DATE OCT 31, 2010 | | BY  CSCL(JIANGSU) | |
| | | Signed for the Carrier  (4) GENERAL MANAGER AS AGENT FOR THE CARRIER CHINA SHIPPING CONTAINER LINES CO., LTD. | |
| <small>CONTAINER LINES CO., LTD. STANDARD FORM 9701 - Reversible Use as a Combined Transport B/L</small> | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|---|--|
|  | | Declaración de Importación | | Privada | | 500 | |
| Año 2010 Espacio reservado para la DIAN (salvo de derecho está facultado por cada despacho las importaciones) | | | | 4. Número de formulario 352010000220907-0 | | | |
| 5. Número de identificación Tributaria (NIT) 1147550 | | 6. Dv. 5 | | 11. Apellidos y nombre o Razón social KATERINE ESCALANTE VARELA | | | |
| 13. Dirección CR 45 A 136 22 | | 15. Teléfono 7024518 | | 16. Cod. Adm. 35 | | 17. Cod. Ciudad Municipio 11 | |
| 24. Número de identificación Tributaria (NIT) 900142251 | | 23. Dv. 6 | | 25. Razón social del declarante autorizado AGENCIA DE ADUANAS GLOBAL CUSTOMS LTDA NIVEL 2 | | 27. Tipo usuario 001 | |
| 29. Número documento de identificación 16406511 | | 30. Apellidos y nombres PALACIOS ESCOBAR EDUARDO | | 26. Tipo usuario 26 | | 28. Cód. usuario 546 | |
| 31. Clase Importador 02 | | 32. Tipo declaración Inicial | | 33. Cod. 1 | | 34. Formulario Adicional XXXXXXXXXXXXXX | |
| 35. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX | | 36. Cod. Adm. XX | | 37. Documento de Exportación No. XXXXXXXXXXXXXXXXXX | | 38. Año - Mes - Día XXXX - XX - XX | |
| 39. Cod. Lugar ingreso de las mercancías BUN | | 40. Cod. Destino 20950 | | 41. Manifesto de carga No. 116575001789975 | | 42. Año - Mes - Día 2011 - 04 - 21 | |
| 43. Documento de transporte No. SHABUN001641 | | 44. Año - Mes - Día 2011 - 04 - 31 | | 45. Año - Mes - Día 2011 - 04 - 31 | | 46. Año - Mes - Día 2011 - 04 - 31 | |
| 49. Nombre exportador o proveedor en el exterior CHANGZHOU HUA R SHEN REFLECTIVE MATERIAL CO.LTD | | | | 47. Ciudad YOKOHAMA | | 48. Cód. País Exportador 215 | |
| 49. Dirección exportador o proveedor en el exterior KANGZHUANG ROAD ZOUQU TOWO, | | | | 49. E-mail 086-0519-3630807 | | 50. País de origen 215 | |
| 51. No. de factura HRS-IMP-1002 | | 52. Año - Mes - Día 2010 - 04 - 20 | | 53. Cod. país de origen 215 | | 54. Cod. Modo Transporte 1 | |
| 55. Cód. de país de destino 189 | | 56. Cód. de país de destino 11 | | 57. Empresa transportadora BROOM COLOMBIA S A | | 58. Tasa de cambio \$ col. 1,889.11 | |
| 59. Subpartida arancelaria S 8528720030 | | 60. Cód. Complementario XX | | 61. Cód. Mod. de material XX | | 62. Cód. Mod. de material C100 | |
| 63. No. cuotas a reasos 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. Cód. país de origen 215 | | 69. Cód. país de origen 215 | | 70. Cód. país de origen 215 | |
| 71. Forma de pago de la importación 01 | | 72. Tipo de importación 01 | | 73. Cód. país de compra 215 | | 74. Peso bruto kgs. 12,375.00 | |
| 75. Peso neto kgs. 10,835.00 | | 76. Cód. país de origen PK | | 77. Cód. país de origen 640 | | 78. Cód. país de origen 1 | |
| 79. Valor FOB USD 12,569.89 | | 80. Valor FOB USD 2,485.00 | | 81. Valor FOB USD 0.00 | | 82. Valor FOB USD 0.00 | |
| 83. Valor Seguro USD 62.95 | | 84. Valor Otros Gastos USD 0.00 | | 85. Sumatoria de fletes, seguros y otros gastos USD 2,547.95 | | 86. Ajuste valor USD 0.00 | |
| 87. Valor aduana USD 15,137.84 | | 88. Código registro X | | 89. Número XXXXXXXXXX | | 90. Cód. país de origen 0 | |
| 91. Cód. oficina 99 | | 92. Año XXXX | | 93. Programa No. XXXXXXXXXX | | 94. Cód. interno del Producto 0 | |
| 95. Descripción de las mercancías (debe describirse de las mercancías a exportar con la cantidad en el espacio de aduana en la subpartida arancelaria, incluir registro, nombre y tipo de el producto en caso de ser necesario en este formulario) | | | | | | | |
| DIN 1/1 D.O. IMP981641/ NO REQUIERE REGISTRO DE IMPORTACION SEGUN DECRETO 3803/2006, TELEVISORES FLAT, MARCA TOSHIBA DE 20", CANTIDAD 500, REF 3200 | | | | | | | |
| 127. Valor pagado anterior: 0 | | | | 128. Recibo oficial de pago anterior No.: XXXXXXXXXXXXXX | | 129. Fecha: XXXX XX XX | |
| 130. Espacio reservado DIAN - Aduana aduanera | | | | 131. Espacio reservado uso exclusivo Ministerio de Relaciones Exteriores | | 132. No. Aceptación declaración 352010000220907 | |
| 133. Fecha: 2011 05 03 | | | | 134. Levante No. 352010000200032 | | 135. Fecha 2011-05-06 | |
| 136. Firma declarante  | | | | 137. Nombre Eduardo Valencia | | 138. C.C. No. 764654 | |
| 997. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora  | | | | 998. Pago Total \$ 9,552,000 | | | |
| Fecha de Impresión: 2010-12-03 18:33:29 | | | |  | | | |

Changzhou Hua R Sheng Reflective Material Co., Ltd.

Address: Kangzhuang Road, Zouqu Town, Changzhou City, Jiangsu Province, China
Tel : 86-519-3630807 3635268 Fax: 86-519-3630809 3631134 P.C : 213144

Invoice

To: KATERINE ESCALANTE VARELA Date : Oct 20, 2010

Carrera 45 A N 136-20, Bogota, Colombia Invoice No.: HRS-IMP-1002
NIT 1147550-5

| Commodity: Reflective Sheeting | | | | | | |
|--|--------|-------|----------------------|----------|------------------------------|-----------|
| No | Model | Color | Specification | Quantity | Unit Price (FOB Shanghai) | Amount |
| 1 | TM3200 | Black | TV TOSHIBA 20" | 640 | 19,67 | 1.2589.89 |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | | | | | | |
| 5 | | | | | | |
| 6 | | | | | | |
| 7 | | | | | | |
| 8 | | | | | | |
| 9 | | | | | | |
| 10 | | | | | | |
| 11 | | | | | | |
| 12 | | | | | | |
| 13 | | | | | | |
| Total Amount (FOB shanghai) | | | USD 1.2589.89 | | | |
| Freight Charge | | | USD 2485.00 | | | |
| TotalAmount(CFR Buenaventura) | | | USD 15.074.89 | | | |

ORIGINAL

*La nacionalización de mercancías para la declaración de importación
con número de aceptación 352010000220907*

SE AUTORIZA

Datos del levante otorgado

Automático

Número : 352010000200052

Fecha : 2010-12-06 11:52:25

Autoadhesivo : 07842271358992

RELACION DE GASTOS

D.O.: BL
 CLIENTE:

SHABUN001641

1

TIPO DE TRAMITE: NACIONALIZACION

| CONCEPTO | No. FACTURA | VALOR |
|------------------------------|----------------------|-----------|
| TRIBUTOS ADUANEROS | | CLIENTE |
| ANTICIPO PARA GASTOS | 1.324.000 | |
| ANTICIPO PARA GASTOS | | |
| CONSIGNA EF POR FRENANDO | | |
| ANTICIPO PARA GASTOS | | |
| SALDO DE LUZ MARINA ROZO | | |
| ELABORACION RIM | | |
| FORMULARIO DIM | | |
| FORMULARIOS DIM MANUALES | | |
| ELABORACION DIM | | |
| FORMULARIO DAV | | |
| ELABORACION DAV | | |
| SE REALIZO D.T.A. | | |
| FORMULARIO D.T.A. | | |
| SELLOS DE SEGURIDAD | | |
| DESEMBA Y EMB Y PREINSPECC | | |
| MOVILIZACION PARA PREINSPEC | | |
| MOVILIZACION PARA INSP DIAN | | |
| DESEMBA Y EMB Y INSPECC DIAN | | |
| USO DE INFRAESTRUCTURA | 4335250 | 99.587 |
| BODEGAJES | 4329625 | 1.223.943 |
| ISP PARA PREINSP. SPRBUN | | |
| ISP PARAINSP DIAN SPRBUN | | |
| BODEGAJES | | |
| BODEGAJES | | |
| BODEGAJES | | |
| BODEGAJES | | |
| BODEGAJES | | |
| DEPOSITO MORAS, PAPELERIA | | 0 |
| CUENTA DE MANEJO NAVIERA | | |
| DISMONTY | | |
| PAPELERIA | | |
| LIMPIEZA Y ENTREGA COMODATO | | |
| PAGO DROP OFF | | |
| CARGUE Y DESCARGUE | 2245 | 85.000 |
| TRANSPORTE TERRESTRE | | |
| COMISION AGENCIA | | |
| GASTOS VARIOS | | 80.000 |
| IVA | | |
| RETEFUENTE DEL 11% | | |
| OTROS BANCOS | | |
| SUB TOTAL GASTOS | | 1.488.530 |
| TOTAL ANTICIPOS | | 1.324.000 |
| TOTAL | SALDO A FAVOR DE BUN | -164.530 |

Changzhou Hua R Sheng Reflective Material Co., Ltd.

Address: Kangzhuang Road, Zouqu Town, Changzhou City, Jiangsu Province, China
 Tel : 86-0519-3630807 3635268 Fax: 86-0519-3630809 3631134 P.C : 213144

Packing List

| Commodity: Reflective Sheeting | | | | Shipping Mark: Reflective Sheeting | |
|---|-------|----------------|------|---------------------------------------|-------------|
| Port of loading: Shanghai, China | | | | Series | |
| Port of destination: Buenaventura, Colombia | | | | Color | |
| | | | | Size | |
| | | | | Lot No. | |
| | | | | C/No. | |
| Series | Color | Specification | UNIT | Gross/Net weight | Measurement |
| TM3200 | Black | TV TOSHIBA 20" | 640 | 12375kg/10835kg | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | 12375kg/10835kg | |

BIBLIOGRAFÍA

- (Tragedia en Japón afecta comercialización de electrodomésticos, en Colombia), el 02/03/2011, en:
<http://www.teleantioquia.com.co/teleantioquianoticias/?id=news&item=&news=531>
- Colombia Una oportunidad de oro para electrodomésticos, Proexport Colombia, Ministerio de comercio, industria y turismo, Republica de Colombia, el 05/04/2011 en: <http://www.proexport.com>
- CNN Expansión, Japón Crecerá 1.6% en 2011.
- “Operaciones internacionales, el 06/04/2011, en:
<http://comercioexterior.banesto.es/es/profile/crear>
- Diario del pueblo, “china mayor productor en el mundo”, el 06/05/2011, en:http://spanish.peopledaily.com.cn/spanish/200112/25/sp20011225_51229.html
- ^{a b c} Geografía e historia-Japón. Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana. Suplemento actualizador 1997-1998. Madrid, Espasa Calpe, 1999. ISBN 84-239-4368-2
- “Japón: un país muy poblado y urbanizado”, el 07/05/2011, en:
http://www.portalplanetasedna.com.ar/paises_menu2.htm
- TLC con Japón, parado por tsunami y desconfianza inversionista, 10/05/2011, en:<http://mercadosytrading.com/component/content/article/35-analisis/90-tlc-con-japon-parado-por-tsunami-y-desconfianza-inversionista.html>
- Comercio Exterior – Importaciones Y Balanza Comercial, el 10/05/2011, en:http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_abr11.pdf

- “comercio exterior: importaciones”, el 10/05/2011, en <http://www.dane.gov.co>
- “ANDI-Colombia-cámara sector de electrodomésticos”, el 12/05/2011, en: <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=20&Tipo=2>