



Viabilidad de importación de Mugs de cerámica desde China para la empresa Novaventa S.A.S.

Lorena Giraldo Sánchez
Christian Camilo Rodríguez Hoyos
Lina Marcela Soto Soto

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2013

Viabilidad de importación de Mugs de cerámica desde China para la empresa Novaventa S.A.S.

Lorena Giraldo Sánchez
Christian Camilo Rodríguez Hoyos
Lina Marcela Soto Soto

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:
Especialista en Logística Internacional

Línea de Investigación:
Logística y gestión de la cadena de abastecimiento

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2013

Dedicatoria

Este trabajo de grado lo dedicamos a todas aquellas personas que han intervenido de una u otra forma en nuestra formación profesional y personal. Agradecemos profundamente por tener un interés por aportar y apoyar este largo camino para llegar al éxito.

Resumen

La compra de Mugs en Novaventa S.A.S, es una de las compras de mayor incidencia en la compañía. Esto debido a que es un producto con presencia en todas las temporadas y campañas. Dentro del análisis desarrollado se llega a concluir la viabilidad de importar este producto en comparación con el abastecimiento en el mercado nacional.

La investigación se enfoca en China, país preseleccionado, basados en que todos los proveedores existentes a nivel nacional se abastecen del país en mención. Adicional a esto, “Asia es el mayor exportador de cerámica en el mundo” (Cresta, 2008)

En el desarrollo de la investigación se tienen en cuenta los acuerdos vigentes entre China y Colombia, costeo de Importación vs Precios mercado nacional, ofertas del mercado, entrevistas con expertos en el tema, breve bosquejo de la compañía Novaventa S.A.S y modelo básico de importación.

Para la búsqueda de la información fue fundamental la posición arancelaria del producto, detalle que permite acceso a datos estadísticos a nivel mundial. También se contó con información del proveedor nacional al cuál se le realizan las compras de importados, esto permitió hacer un diagnóstico y comparativo efectivo.

Los Mugs son quizá uno de los productos más llamativos en el canal de distribución de Novaventa S.A.S y además de generar impacto en el área de ventas, con este trabajo, se pretende generar un impacto financiero, debido a la disminución de costos que se va a lograr en caso de llevarse a la práctica.

Palabras claves:

Posición arancelaria, Incoterms, Exportación, Importación, Proveedor, Mugs, Acuerdos comerciales.

Abstract

Mugs's purchases in Novaventa S.A.S, is one of the most important purchases in the company. It is because Mug is a product with presence in all seasons and campaigns. Inside the developed analysis we can conclude the import viability in comparison with domestic supplier. The investigation focuses in China, short-listed country, based in that all the existing national suppliers buy from the mentioned country. Besides that, Asia is the major ceramics exporter in the world. (Crasta, 2008)

In research we analyzed: agreements between China and Colombia, import price VS. Domestic market prices, a short review for the company Novaventa S.A.S, existing developments about the same fact, and we propose a method to make all logistic process to import it.

To obtain information was really fundamental to have the tariff position of the product, detail that allows access to statistical information worldwide. Additionally the national supplier offered support; it permitted us doing a diagnosis and comparative analysis.

The Mugs are probably one of the most popular products in Novaventa's S.A.S distribution channel and besides generating impact in sales area, with this work; it will generate a financial impact, due to the costs decrease.

Keywords:

Tariff position, Incoterm, Exports, Import, Supplier, Mugs, Agreement.

Contenido

	<u>Pág.</u>
Lista de abreviaturas.....	11
1. Formulación del Proyecto	13
1.1 Antecedentes	13
1.1.1 Estado del Arte.....	14
1.2 Planteamiento del problema.....	15
1.3 Justificación	16
1.4 Objetivos	18
1.4.1 Objetivo general	18
1.4.2 Objetivos específicos	18
1.5 Marco metodológico.....	18
1.5.1 Método.....	18
1.5.2 Metodología	19
1.6 Alcances	20
2. Ejecución del Proyecto	21
2.1 Tratados y Forma de Negociación.....	21
2.1.1 Tratados.....	21
2.1.2 Forma de Negociación	22
2.2 Proceso de adquisición de mugs en la compañía Novaventa S.A.S.....	26
2.3 Propuesta de modelo de importación de mugs desde la República Popular China para la compañía Novaventa S.A.S	30
2.4 Importación directa vs Compra a proveedor.....	34
3. Hallazgos	36
4. Conclusiones y recomendaciones.....	38
4.1 Conclusiones.....	38
4.2 Recomendaciones	39
5. Referencias Bibliográficas	41
ANEXOS.....	43
A. Entrevista Importador	43
B. Entrevista Negociador Novaventa	46
C. Cotización Agencia de Aduanas.....	48
D. Cotización Transporte	50
E. Cotización transporte marítimo.....	52

Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
Tabla 1: Cronograma de campaña Novaventa S.A.S	29
Tabla 2: Cronograma de actividades de campaña Novaventa S.A.S	30
Tabla 3: Cotización proveedor importador Novaventa S.A.S.....	31
Tabla 4: Cadena de distribución física internacional propuesta	32
Tabla 5: Mapa de procesos importación de mugs propuesto.....	34
Tabla 6: Pre-Liquidación de proceso de importación	35
Tabla 7: Liquidación de proceso de importación.....	35
Tabla 8: Cubicaje de cargamento de mugs provenientes de China.....	35
Tabla 9: Comparativo Mug importado vs Mug nacional.....	36

Lista de abreviaturas

- COP Abreviatura de Colombian Pesos (Pesos Colombianos)
- C16 Muestra que la compañía se encuentra en Campaña 16
- DFI. Siglas de Distribución Física Internacional
- FOB. Indica el incoterms Free On Board (Libre a bordo)
- S.A.S Indica el tipo de Sociedad Por Acciones Simplificada
- USD. Simplifica el término United State Dollar (Dólar Estadounidense)

Introducción

La disminución de costos en el área de compras, es uno de los retos más desafiantes dentro de toda compañía que quiera ser sostenible a través del tiempo.

En el desarrollo de este trabajo pretendemos esbozar un análisis de compra de Mugs desde China que permita obtener de una manera eficiente ahorros tanto en costo como en tiempo, garantizando la disponibilidad en el inventario de uno de los productos de mayor rotación dentro de la compañía de venta directa, Novaventa.

La evaluación realizada pretende comparar el abastecimiento de los Mugs de cerámica en el mercado nacional vs el mercado Asiático, para esto se evaluaron aspectos legislativos, logísticos, culturales, comerciales, entre otros.

El análisis de viabilidad propuesto tiene en cuenta todos los procesos de la cadena logística; selección de proveedores, proceso de importación, proceso de nacionalización, elaboración de presupuestos, determinación de costos y transporte terrestre.

Las fuentes de información para desarrollar la investigación fueron tomadas de la operación real de la compañía, tales como, cotizaciones de proveedores, entrevistas a negociador y proveedor, información del ministerio de relaciones exteriores, lo cual hace que el comparativo de costos sea muy ajustado a lo que ocurre en la realidad y con base en el mismo se puedan desarrollar iniciativas en esta u otras compañías.

1. Formulación del Proyecto

1.1 Antecedentes

Luego de revisar bibliografía existente en las principales bibliotecas a las cuáles tenemos acceso, un sinfín de páginas web y buscadores electrónicos encontramos que no existe alguna tesis, trabajo o instructivo donde se referencie una modelación de importación específicamente de mugs desde China. Los resultados de la búsqueda arrojan empresas que se dedican a la comercialización de los productos importados de tal país, más no el cómo se realizó el ingreso de esta mercancía al mercado nacional. Por tanto tomaremos como principal referencia las resoluciones del gobierno Colombiano relacionadas con el tema y también como base entrevistas con importadores y testimonios de aquellos que diariamente se encargan de distribuir y solventarse económicamente con este producto.

“Resolución 2647 del 19 de Noviembre de 2004” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2004). En esta resolución se habla de la imposición de derechos antidumping a los productos que hacen parte de la subpartida arancelaria 6912.00.00.00 y que llegan procedentes de China. Con esta se da por terminada la investigación administrativa abierta mediante la Resolución 0039 del 9 de Febrero de 2004 donde se establecía una acusación sobre dumping en el ingreso de esta clase de productos al país.

“Resolución 0608 del 27 de Octubre de 2005” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2005). Ordena la revisión de derechos antidumping impuestos a las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de loza, clasificadas en la subpartida arancelaria 6912.00.00.00 originarias de la República Popular China en la Resolución 2647 del 19 de Noviembre de 2004. Su intención es verificar si se impusieron los derechos correctos o si por lo contrario deben refrendarse.

1.1.1 Estado del Arte

Tal como se explicó en el subtítulo anterior, es poco lo que se encuentra relativo a la importación de mugs de cerámica desde China hacia Colombia, podríamos decir que sólo se rescató lo siguiente de una búsqueda incansable de información:

El “Foreign trade customs database” (Trade Intelligence System, 2013) es una base de datos que reúne información de 26 países del mundo, donde se compilan resultados de exportaciones e importaciones realizadas durante un período de tiempo determinado para cualquier subpartida arancelaria. En este se pueden encontrar datos como: número de la declaración de importación, fecha del proceso de importación, todos los datos de la empresa importadora, todos los datos del exportador, entre otros.

En esta página web se encuentran las empresas que durante los últimos años han realizado importaciones de la subpartida arancelaria 6912.00.00.00 (Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana) desde China hacia Colombia. Esta base de datos demuestra que se han realizado importaciones exitosas de mugs desde China, y que lo han hecho tanto personas naturales como jurídicas, por tanto los testimonios de empleados de estas empresas pueden ser de gran utilidad para la investigación realizada.

El “Boletín estadístico. Comercio bilateral China – Colombia” (Araujo Ibarra y Asociados, 2012) es un boletín meramente numérico que muestra en cifras el desarrollo del comercio entre Colombia y China durante un período específico de tiempo. Productos de importación y exportación más relevantes entre los cuáles no aparecen aquellos pertenecientes a la subpartida 6912.00.00.00 y que son objeto de nuestro interés. Sin embargo dejan ver una clara idea de aquellos productos con más movimiento y que pueden llegar a ser comercializados de forma similar los mugs.

En el artículo “China: Todo un mundo de oportunidades comerciales para Colombia” (Gallo, 2011) se presenta a los lectores una visión general de la evolución del comercio entre la República Popular China y la República de Colombia. Se muestra como han crecido tanto las importaciones como las exportaciones de diferentes productos de ambos países y como han avanzado las relaciones entre ambas naciones. El artículo brinda una idea de cuáles productos tienen un camino fácil para la exportación y la importación, y cuáles tienen la dura tarea de labrar rutas de acceso tanto para exportar como para importar, este último es el caso del producto que pretende modelarse para su importación que tiene como destino la compañía Novaventa S.A.S

Por último la “Resolución 0429 del 17 de Septiembre de 2010” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010) da inicio a un examen quinquenal donde se determina si el derecho antidumping impuesto a las importaciones de productos pertenecientes a la subpartida arancelaria 6912.00.00.00, originarias de la República Popular China, continua haciendo daño a los productores nacionales o si por lo contrario impulsa la economía, además se establece que durante el examen, estos productos continuarán con los derechos antidumping impuestos en la Resolución 2460 del 27 de Octubre de 2006.

1.2 Planteamiento del problema

Novaventa S.A.S, es la compañía del Grupo Nutresa encargada de la comercialización de productos por medio de la venta directa, es decir, a través de catálogos, mantiene la fidelidad de sus consumidores no sólo con la calidad de los productos que ofrece, sino también con la incentivación a la compra por medio de elementos que acompañan la venta de los productos de las compañías que componen al grupo.

Entre estos promocionales se ha evidenciado que los que más generan impacto en los consumidores y en la empresa por su volumen, son los mugs en sus diferentes presentaciones, por tal motivo la cantidad de estos cotizada y

comprada ha ido incrementando cada vez más. Todos los mugs que se encuentran en el catálogo son fabricados en China, pero Novaventa S.A.S no se encarga de traerlos directamente, los compra a importadores mayoristas establecidos en el país, estos mayoristas realizan todo el proceso de importación y obviamente luego de realizar la nacionalización del producto incrementan su precio obteniendo ganancias. De acuerdo a lo planteado nos preguntamos:

- ¿Los tratados entre Colombia y China benefician el comercio de mugs, especialmente su importación?
- ¿El modelo de compras de mugs utilizado por la compañía Novaventa S.A.S es el más idóneo para la compañía en temas de tiempos?
- ¿Es más económico comprar Mugs a proveedores nacionales que importarlos directamente?

1.3 Justificación

Realizar un análisis de viabilidad sobre la importación de mugs desde China, es una breve descripción para aquellas personas naturales o jurídicas que han pensado en algún momento como realizar este proceso y que no han sabido como comenzar o como desarrollarlo por falta de información y de apoyo de las entidades estatales. China es el motor del comercio mundial actualmente y todos hemos pensado en importar alguno de sus productos para comercializarlo en el mercado nacional.

Para Novaventa S.A.S es importante saber cómo se materializa este proceso para los productos pertenecientes a la subpartida 6912.00.00.00 (específicamente mugs). Este análisis de viabilidad en la importación encaja perfectamente en el área de conocimiento de la especialización en Logística Internacional, con este se pretende que la mente salga de las cuatro paredes de un centro de distribución y que comience desde conocer y negociar con el proveedor hasta llegar a la empresa y posteriormente distribuir los mugs al cliente final.

Justificación Teórica

Desde el punto de vista académico permite a los estudiantes de la especialización en logística internacional y en general a los estudiantes de negocios internacionales de cualquier institución educativa conocer el proceso de importación desde China, una de las potencias más grandes en el mundo en estos momentos y en los próximos años.

Es importante indagar sobre la distribución física ya que se conocen cada uno de los eslabones de la cadena de suministro desde que un producto es comprado en el extranjero (en este caso China) hasta que llega a la bodega de la compañía.

Justificación Social

Esta investigación le permitirá a diferentes compañías, analizar cuál es la mejor vía de adquisición de productos con el objetivo de obtener mayor rentabilidad y mayor flexibilidad en las compras de productos importados para su portafolio. De algún modo es un beneficio para la sociedad porque entre más productos haya en el mercado, más bajo será el precio de oferta y entre más se optimice el proceso de distribución física internacional de productos procedentes de China, menor será el costo de importación, induciendo esto a un descuento en los precios de venta.

Conociendo el mejor modelo para realizar este proceso la compañía sabrá cómo importar artículos a un menor costo, optimizando tiempo y procesos en la cadena de suministro y obviamente gracias a esta optimización puede ser más competitiva en el mercado tanto en precios como en tiempo de respuesta.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Proponer un análisis de viabilidad adecuado para realizar el proceso de importación de mugs en cerámica desde China para la empresa Novaventa S.A.S, que permita minimizar costos en la cadena logística.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar la forma de negociación de la cultura China y los tratados que existen con Colombia.
- Analizar el proceso de compras actual de la compañía Novaventa S.A.S
- Realizar un análisis de viabilidad sobre la importación desde China para la empresa Novaventa S.A.S comparando los costos que se incurren en esta con respecto a los que incurren los proveedores nacionales a los que se le compra actualmente.

1.5 Marco metodológico

Investigación exploratoria con un componente teórico y trabajo de campo en la que se busca mostrar a la empresa Novaventa S.A.S un análisis de viabilidad en la importación desde China para los productos pertenecientes a la subpartida 6912.00.00.00. Basados en técnicas y métodos existentes se realiza un análisis de cómo se conectan las variables para buscar el modelo adecuado de importación.

1.5.1 Método

Los métodos utilizados para esta investigación son el deductivo, descriptivo y analítico, de lo general se pasará a lo específico iniciando el análisis del proceso de la distribución física internacional y de la cadena logística. Este procedimiento es necesario para comprobar las preguntas de investigación con base en el material empírico obtenido a través de la práctica.

Se inicia la investigación a partir de fuentes secundarias, consultando tratados, trabajos sobre este tipo de importaciones, negociaciones con China y beneficios entre los dos países, pasando luego por entrevistas con la persona negociadora de la compañía Novaventa S.A.S, evaluando el modelo actual de compra y los costos asociados a esta y luego con una entrevista con el proveedor actual al cuál se le compra este tipo de producto. Con esta información y los conocimientos adquiridos sobre logística internacional se pretende dar respuesta a las preguntas que surgieron al inicio de esta investigación.

1.5.2 Metodología

Teniendo en cuenta que el marco metodológico a utilizar: DEDUCTIVO, DESCRIPTIVO Y ANALÍTICO, la metodología de investigación será la siguiente:

- Recolección de información secundaria: internet, libros, revistas, empresas importadoras de productos desde China, trabajos realizados con modelos propuestos, entre otros. Se buscará información sobre modelos de importación existente, así como los requerimientos para la negociación con China.
- Recolección de información primaria: Entrevista al proveedor importador de este tipo de productos desde China.
- Trabajo de campo: Visita a Novaventa para conocer el proceso de compras y entrevista con la negociadora de Mugs.
- Análisis y clasificación de la información para la construcción del modelo.
- Definición del nuevo modelo de importación desde China.
- Determinación de los costos de importación del nuevo modelo de importación.
- Comparación de los costos de importación del nuevo modelo vs los existentes (proveedores nacionales importadores).
- Entrega informe final.

1.6 Alcances

Esta investigación tiene como fin generar una propuesta de importación para la empresa Novaventa S.A.S, sin que ello quiera decir que será implementado en la realidad, quedará bajo el análisis de viabilidad de la empresa. Está soportada en un análisis teórico basado en revisiones bibliográficas y en información secundaria existente

La investigación se llevó a cabo durante 8 meses por parte del grupo de trabajo, posteriormente pasará al análisis de la compañía y luego decidirán si se aplica o si se continúa con el modelo con el que se viene trabajando.

Este trabajo de grado no solo servirá de apoyo a la compañía Novaventa S.A.S, posiblemente algunas otras empresas piensen realizar importaciones de productos similares y puedan valerse de este para comenzar su operación, así también estudiantes universitarios y probablemente emprendedores pueden hacer uso del mismo para futuras empresas y su lucro personal.

2. Ejecución del Proyecto

2.1 Tratados y Forma de Negociación

2.1.1 Tratados

Colombia y la República Popular China han suscrito 37 tratados o acuerdos bilaterales, probablemente algunos con el mismo nombre, pero que constan de diferentes montos de dinero o características, desde el 17 de Julio de 1981 hasta el 9 de Mayo de 2012, de los cuáles 36 se encuentran vigentes y 1 ha perdido su vigencia. Todos los tratados pueden ser consultados en la “Biblioteca Virtual de Tratados” (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013). A continuación se describirán algunos de estos según su fecha de adopción, de los más antiguos, hasta los más recientes:

- Convenio Comercial entre el Gobierno de la República de Colombia y el Gobierno de la República Popular de China (Cámara de Representantes de Colombia, 1983): Este acuerdo se firma en Beijing el 17 de Julio de 1981 dando inicio a la apertura económica entre los dos países y estableciendo que los países contratantes prestarían facilidades, por los medios a su alcance, para la importación y la exportación de mercancías de un país al otro y el otorgamiento de licencias y permisos, de conformidad con las leyes y reglamentaciones vigentes a la fecha en cada país.

El convenio consta de diez (10) artículos y fue firmado por el presidente Belisario Betancur y su Ministro de Relaciones Exteriores Rodrigo Lloreda Caicedo inicialmente por un período de tres (3) años que se iría prorrogando tácitamente por períodos iguales, a menos que una de las partes informara con tres (3) meses de anticipación, su deseo de darlo por terminado, es decir que a la fecha se encuentra en plena vigencia.

- Convenio Cultural entre el Gobierno de la República de Colombia y el Gobierno de la República Popular de China (Ministerio de Educación Nacional, 2008).

Es un convenio firmado el 1 de Octubre de 1981 en la ciudad de Beijing, en el que se fomenta el conocimiento, las relaciones culturales, el ámbito deportivo, obviamente teniendo en cuenta lo artístico y literario que existen entre los dos países. Desde su fecha de inicio en Marzo 7 de 1984 este convenio se ha venido renovando automáticamente cada 5 años, y seguirá haciéndolo hasta que alguna de las partes quiera darlo por terminado o se incumpla en sus obligaciones.

2.1.2 Forma de Negociación

La forma de negociación de la cultura China ha ido evolucionando con el correr de los años, a pesar de ser un país “comunista”, ha ido transformando su manera de abrirse al mundo y se ha dado cuenta que la globalización es el eje del comercio y las relaciones internacionales. Poco a poco las empresas y los negociadores chinos han tomado aspectos claves y tradiciones de la cultura occidental, por tanto ahora es más fácil relacionarse y llevar a cabo negociaciones entre personas o compañías del continente americano y sus similares en el país asiático.

“Las costumbres occidentales se están adoptando progresivamente en China, pero los besos y abrazos son muy poco habituales, incluso entre las parejas casadas” (Proexport, 2008). Todo este cambio momentáneo pudo haberse visto impulsado al ver que Estados Unidos era uno de sus principales aliados comerciales y que sus tradiciones y forma de actuar estaban entorpeciendo el intercambio de bienes y servicios. Para algunos otros países no deja de ser complicada la negociación, pues son países poco consumidores de los productos chinos y por tanto no tienen estas preferencias con ellos, en el caso de Colombia,

pocas veces llega a encontrarse con empresas que ya se hayan desarraigado de sus costumbres.

En un artículo realizado para el Boletín Económico ICE (García, 2005) dice lo siguiente:

En general, las normas y la práctica de la negociación en China son coherentes con la forma de relacionarse de los chinos; es decir, que tienen en cuenta tres aspectos: la cara, la cooperación y el conflicto. Podemos afirmar que existen tres categorías de normas o principios que guían la negociación con chinos: la primera corresponde a las reglas que tienen en cuenta los patrones de comunicación y que incluyen el autocontrol y la contención de las emociones; se relacionan con los ritos de la buena educación y excluyen las técnicas de persuasión agresivas.

La segunda categoría corresponde a las normas vinculadas a las obligaciones sociales, que se concretan poniendo énfasis en los objetivos del grupo negociador (prioritarios respecto a los objetivos individuales de cada uno de los miembros del grupo), y se relacionan con el liderazgo (deferencia al jefe del grupo negociador) y con la preocupación por la carga de la deuda, lo que requiere reciprocidad (bao) siguiendo el tradicional modelo cara-favor. En tercer lugar encontramos las normas relacionadas con la distinción de quien está dentro y fuera del grupo.

Los empresarios de la República Popular China no solo piensan en negociaciones que se cierran y se olviden de que existe un comprador o un vendedor, aunque muchos no lo crean, para ellos es importante conocer bien a sus proveedores o clientes, prefieren entablar una relación duradera antes de reunirse a concretar algo, así sabrán que todo se manejará tranquilamente y sin agresividad de afectar los intereses del otro. Ellos buscan un gana – gana, las dos partes terminan obteniendo un beneficio de lo pactado, no sólo una de ellas se lleva el botín. “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”. (Proexport, 2008)

Cuando se negocia con ellos, se sugiere solicitarles el favor de escribir cada detalle de la reunión (ambas partes lo deben hacer), incluyendo cada acuerdo al que se llegue en el transcurso de la misma, así se evitarán malos entendidos futuros y en las siguientes reuniones se podrán retomar conversaciones de los temas ya tocados sin problema alguno.

Proexport, en su guía para exportar a China publicada en el año 2008 publica:

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.

El costumbrismo occidental ha llevado a que en muchas reuniones de negocios se beban porciones pequeñas de vino o una que otra cerveza, debido a lo explicado por Proexport es preferible evitar ingerir cualquier cantidad de licor, pues así todas partes negociadoras estarán en plenas condiciones y recordarán lo pactado. Existen bebidas que pueden crear momentos de distracción y relajación para continuar luego con los temas a tratar, podemos hablar de café o de cualquier clase de té.

En el año 2005, José Luís García distingue cuatro diferencias culturales básicas que se presentan comúnmente entre los negociadores chinos y los occidentales:

En primer lugar, en China los negociadores se orientan hacia el largo plazo, en el sentido de que buscan en una negociación la relación personal a la larga más que la inmediata, y resulta normal que inviertan mucho tiempo y dinero en crear una relación fuerte.

En segundo lugar, hay que tener en cuenta la importancia de la familia y las amistades y otras relaciones (guanxi) valoradas como los cimientos

sociales. En este sentido es de destacar que los chinos originarios de las provincias de Guangdong y Fujian, que son los que más han emigrado, han sido los que han creado más empresas de capital mixto en esas provincias.

En tercer lugar, los chinos se sienten menos involucrados en el destino de una empresa mixta si ésta quiebra, ya que la perciben como menos suya.

Por último, las relaciones entre socios (chinos y occidentales) se basan en el concepto de cara y en la moderación de sus actos para mantener la cara a ambas partes.

Negociar con proveedores Chinos es complicado, las culturas son bastantes diferentes aunque de a poco ellos han tratado de adquirir lineamientos occidentales para abrirse camino a todo el mundo. Se debe tener muy presente que existe un sin número de empresas ficticias que ofrecen sus productos o servicios por internet, lo más prudente es viajar en el momento que la mercancía está siendo embarcada o tener un aliado que pueda acercarse al puerto a verificar el contenido de lo que se envía.

2.2 Proceso de adquisición de mugs en la compañía Novaventa S.A.S

El proceso inicia con un pequeño apartado de la historia de (Novaventa S.A.S, 2013) encontrado en su página web en la sección de Historia que dice lo siguiente:

Novaventa S.A.S. es una compañía de canales alternativos que hace parte del Grupo Nutresa, constituida en el año 2000 y que tiene a su cargo la comercialización de productos de compañías como: Nacional de Chocolates, Noel, Zenú, Doria, Colcafé, entre otras, a través de dos canales: Venta Directa (venta por catálogo) y Venta al Paso (máquinas dispensadoras de snacks y máquinas de bebidas calientes).

Actualmente Novaventa en su canal Venta Directa cuenta con una red superior a 60.000 mamás empresarias y tiene presencia en el 75% de los departamentos de Colombia

Entrando en materia, el modelo utilizado actualmente por la compañía Novaventa S.A.S, es comprar a proveedores Colombianos dedicados a realizar importaciones desde China y el costo negociado con ellos es puesto en la compañía. Para esto se cuenta con un cronograma ajustado a campañas por ser una compañía dedicada a venta directa y el cumplimiento en las fechas es esencial para realizar la compra.

Para este trabajo de grado se va a trabajar sobre la importación de Mugs de cerámica para la época de navidad, esto correspondería para la empresa para C16. A continuación se presenta una parte del cronograma para explicar mejor las fechas de órdenes de compra y entregas.

La campaña 16 comprende desde el 1 de Noviembre (inicio de facturación) hasta el 25 del mismo mes (cierre de facturación), para antes del 1 de Noviembre, específicamente para el 18 de Octubre, debe ser la fecha límite de entrega por parte del proveedor de la totalidad de la producción para poder ser preparada en maquilas (agregar un alimento al producto) y así pueda ser vendido (Ver tabla #1)

Una campaña se compone de aproximadamente 21 días calendario y 13 días hábiles de facturación, sin contar sábados, domingos ni festivos, ya que la compañía no labora estos días. Los pedidos llegan diariamente a la empresa, repartidos de tal forma que todos los días tengan un peso similar y así se facture diariamente la necesidad. A continuación se presenta el calendario del mes de Noviembre, lo que muestra es el inicio de la campaña y la finalización e inicio de la siguiente, el día en que termina una campaña, ese mismo día está iniciando la siguiente, en total son 18 campañas al año.

Tabla # 1: Cronograma de campaña Novaventa S.A.S

SEM	NOVIEMBRE						
	L	M	W	J	V	S	D
44					16 1	2 305	3 306 307
45	4 308	5 309	6 310	7 311	8 312	9 313	10 314
46	11 315	12 316	13 317	14 318	15 319	16 320	17 321
47	18 322	19 323	20 324	21 325	22 326	23 327	24 328
48	1 329	25 330	26 331	27 332	28 333	29 334	30

Fuente: Elaboración propia con base en el cuadro de abastecimiento de la compañía Novaventa S.A.S

Para que las ventas en la campaña sean efectivas, se debe planear con mucho tiempo de anticipación las actividades necesarias para esto, en el siguiente cuadro se presenta el cronograma de las actividades involucradas en el pedido y los tiempos involucrados entre el pedido y la importación de los mugs. (Tabla #2)

Tabla #2: Cronograma de actividades de campaña Novaventa S.A.S

Actividad	Descripción	Campaña 16
Reunión consolidación campaña	En esta reunión se define el diseño del producto a comprar y una cifra inicial sobre márgenes y unidades a vender.	abr-24
Pedido productos importados	Este día Abastecimiento debe recibir de Estimación las unidades a comprar, por lo tanto este mismo día o máximo el siguiente se deben estar enviando las órdenes de compra a los proveedores para los productos importados (nuevos o retomados) y desarrollos de moldes.	jun-03
Muestras: Entrega de muestras en planta	En esta fecha se deben traer 150 und por avión para poder verificar la calidad de la producción	sep-08
Inicio de facturación	Este día inicia la campaña. Para esta fecha ya el proveedor debe haber realizado la entrega de la totalidad del pedido	nov-01

Fuente: Elaboración propia tomada del cronograma de mercadeo de la compañía Novaventa S.A.S


Con la consolidación de campaña 7 meses antes del inicio de la facturación se pretende iniciar con las negociaciones con el proveedor para verificar diseños y especificaciones y cerrar la negociación, para que el día 03 de Junio el proveedor pueda estar generando las Órdenes de compra y anticipos necesarios a su proveedor en China.

Los proveedores de Novaventa por medio de viajes, visitas a fábricas y a ferias y por conocimiento de los sectores en los cuáles son especialistas define a su vez sus proveedores de acuerdo a los estándares de calidad definidos por Novaventa S.A.S. Ellos realizan entre 3 y 4 viajes hacia China al año para poder verificar el tema de calidad, tiempos logísticos y de producción y así poder cumplir con las fechas establecidas en la cotización, en la entrevista presentada al final de este trabajo estos entregaron información muy importante para determinar la viabilidad de un modelo de importación para la compañía. Donde es de vital importancia los viajes a China para poder visitar las fábricas, encontrar nuevos proveedores, realizar acuerdos de calidad, también es clave encontrar los

sectores para el tipo de material que se desea importar, para este caso cerámica, porque es más sencillo tener varias ofertas y poder elegir entre ellas.

En la actividad de negociación con los proveedores se definen diseños según la necesidad o el sector con el cual se desea trabajar, en este caso se seleccionó un diseño navideño y luego de varios cambios, finalmente el proveedor entregó la siguiente cotización donde relaciona un pack por 2 mugs más caja decorada para la campaña de navidad (Ver Tabla #3)

Tabla #3: Cotización proveedor importador Novaventa S.A.S

Producto		Tipo de producto		Precio					Tiempo para reposición de 3.000 und	Mínimo producción para reposición por igual valor	Color	Empaque individual (Bolsa en cilla, con barrera, burbupol, caja microcorrugada, caja craft, caja regalo, etc.)	Medidas producto (Largo, ancho, alto, fuelle, diámetro)	Medidas del producto empacado
FOTO	DESCRIPCIÓN	Importado	Nacional	3.000 Und	5.000 Und	10.000 Und	20.000 Und	25.000 Und						
1 	Set de Mug navidad x 2 en dolomita	X		N. A.	N. A.	N. A.	4.210	4.210	N. A.	5.000	Mugs Rojo y verde con decoración en policromía	Bolsa de burbuja más caja color de 5 láminas	8,3 cm. De diámetro x 9,8 cm de alto	20cm x 10cm x 11cm

Fuente: Tomada de cotización de proveedor en el *brief* de campaña

Los precios señalados en la cotización son en pesos colombianos (COP) y según la tabla de escalas por precio indica que el mínimo de unidades es de 20,000, en este orden de ideas el valor aproximado por mug para el importador sería el siguiente:

2 mugs + caja = \$4,210*/par
Valor de la caja = \$22*
Valor unitario mug = \$4,210* - \$22* = \$4,188*/2 = \$2,094*/mug + \$11* = \$2,105* .

(*) Valores expresados en pesos colombianos

Teniendo en cuenta que en promedio un proveedor obtiene una ganancia de este producto de más o menos el 20%, se calculó que el costo del producto para él es

de aproximadamente \$1,684*. Cabe resaltar que el pedido mínimo de este tipo de productos es de 20,000 unidades.

2.3 Análisis de viabilidad sobre la importación de mugs desde la República Popular China para la compañía Novaventa S.A.S

Conocer el proceso de importación desde inicio hasta final es uno de los procesos claves en el abastecimiento de un producto. En este modelo se dibuja un esquema de la DFI.

La inserción de China en el mercado internacional y su grado de competitividad fuerte en el tema de precios, ha obligado a las compañías a buscar opciones para competir en el mercado. Dentro de estas opciones está el perfeccionamiento de la Cadena de Distribución Física Internacional en cuanto a calidad y capacidad de gestión de negocios. En este trabajo se busca localizar un concepto integral que involucra a todos los componentes y partes en la cadena de distribución física internacional, desde su punto de origen o fabricación hasta su lugar de destino.

(Opazo Ziem, 2006) se expresa sobre la DFI así:

Una operación de logística internacional comprende la contratación y utilización de determinados servicios, cuyo valor es uno de los componentes del costo total. A modo de ejemplo, los gastos desde FOB hasta que las mercancías llegan efectivamente a la bodega del importador representan casi el 15% del costo total de la operación. Por otra parte, la ejecución de los diferentes servicios realizados de manera secuencial constituye lo que conocemos como "Transit Time", es decir, que los factores de Costo, Tiempo y Calidad son los pilares fundamentales de toda operación logística de distribución física internacional. (Ver Tabla # 4)

Tabla #4: Cadena de distribución física internacional propuesta.

CADENA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL			
Proceso	DETALLE	TIEMPO ESTIMADO DIAS	Responsable
Selección Proveedor	Solicitud de cotización	Día 1	Novaventa
	Cotización	Día 2	Proveedor
	Solicitud y recepción muestra	Día 15	Proveedor
	Selección proveedor	Día 16	Novaventa
Pedido	Orden de compra	Día 16	Novaventa
	Giro primer 30%	Día 17	Novaventa
	Inicio Producción	Día 18	Proveedor
	Termina producción-listo Bodega proveedor	Día 80	Proveedor
	Giro 70 % restante	Día 81	Novaventa
Logística	Reserva y Zarpe Buque	Día 90	Agencia marítima
	Llegada buque puerto Buenaventura	Día 120	Agencia marítima
	Procesos de aduana	Día 130	Agencia aduanas
	Imprevistos	Día 140	Varios
	Transporte interno inicia	Día 141	Transportadora
	Recibida en bodega	Día 143	Novaventa
	TOTAL DIAS HÁBILES	143	

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla resume el proceso completo, desde la etapa en la que se está seleccionando el proveedor.

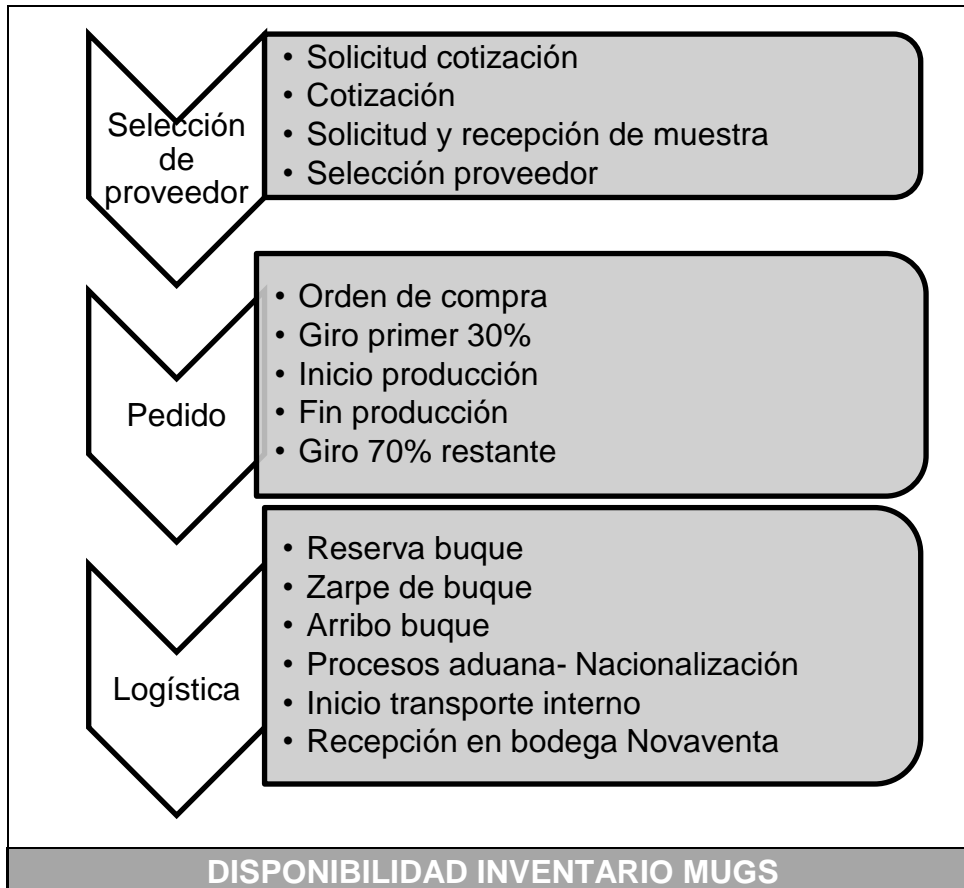
En esta primera fase, es importante hacer un proceso en el que se analizan las cotizaciones, en cuanto a precio, tiempo de entrega, cumplimiento de requisitos de calidad, forma de pago, garantía, certificaciones.

La etapa del pedido es clave, ya que el orden y la claridad en la ejecución de este garantizan una recepción correcta del producto, cumpliendo con todas las condiciones negociadas.

En la logística, se debe prestar atención en la agilidad y cumplimiento de los tiempos estimados, ya que un desfase o falla en esta etapa implicaría un mayor costo final del producto. Coordinar todos los actores de esta cadena, agencia

marítima, transportador, agencia de aduanas, entre otros es un reto en el cual debe intervenir con seguimiento el líder encargado de este proceso.

Tabla # 5: Mapa de proceso importación de mugs propuesto



Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se detalla el proceso anterior, conllevando al objetivo final que es contar con disponibilidad constante en el inventario del producto en investigación. Es importante que durante todo el proceso se conecten entre si la selección de proveedor, el pedido y la logística de importación. Esto garantiza el éxito de la propuesta.

Tabla # 6. Datos para preliquidación de importación

País Origen:	China
País Destino:	Colombia
Término Incoterms:	FOB; Shangai
TRM:	\$1.950
Posición Arancelaria:	6912.00.00.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla # 7: Preliquidación de proceso de importación

DESCRIPCION	CANTIDAD	US\$ UNIT.FOB	US\$ TOTAL	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL EN PESOS \$	FLETE MARITIMO INC. SEGURO	FLETE INTERNO INCLUYE SEGURO	ARANCEL 15%	IVA	INTERM. ADUANERA	COSTO TOTAL	COSTO UNIDAD
						\$ 1.700	\$ 1.436	\$ 1.983	\$ 2.345	\$ 769		
Mug	\$ 23.040	\$ 0,50	\$ 11.520	\$ 975	\$ 22.464.000	\$ 3.315.000	\$ 2.800.000	\$ 3.866.850	\$ 4.572.640	\$ 1.500.000	\$ 33.945.850	\$ 1.473
	23040		\$ 11.520		\$ 22.464.000	\$ 3.315.000	\$ 2.800.000	\$ 3.866.850	\$ 4.572.640	\$ 1.500.000	\$ 33.945.850	
FACTOR DÓLAR:											\$ 2.947	

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de cotizaciones, ver anexos.

Esta tabla resume los costos básicos de importación: costo del producto puesto en puerto de país origen, costo del flete marítimo, costo del flete interno, arancel, IVA, intermediación aduanera, y costos portuarios. Se hace un prorrateo de modo que pueda obtenerse un costo por unidad.

Cada dólar incluyendo costos del producto, gastos de transporte, nacionalización y otros gastos significa \$2.947 (pesos colombianos)

Tabla # 8: Cubicaje de cargamento de mugs provenientes de China

		Cubicaje		
Caja x 12				
Unidad medic mugs		12		
Medidas caja	Alto cm	17	0,17	Metros
	Ancho cm	16	0,16	Metros
	Largo cm	11	0,11	Metros
Peso caja grm		4.810,00	4,81	Kilos
Volumen Caja cm3		0,0030	0,30	M 3
Volumen Total		5,74		
Cajas por pallet		192	924	Peso/pallet kg
Cajas contenedor 20st	\$	1.920	9.235	Peso/cont kg
Total mugs con 20st	\$	23.040		

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se realiza para determinar cuántos mugs caben en un contenedor de 20 pies estándar. Para esto se tuvo en cuenta las medidas del empaque, contenedor, la estiba y el peso de las mismas.

Tabla # 9: Comparativo Mug Importado Vs. Mug nacional

Detalle	Mercado nacional (col pes\$)	Importado (col pes\$)
Valor Unitario	\$ 2.105	\$ 1.473
Valor unidades consumo en un año 613.000	\$1,290,365,000	\$902,949,000
	Diferencia	\$387,416,000

Fuente: Elaboración propia

Nota: los valores no incluyen IVA. El valor al final compara la misma cantidad de Mugs importados y comprados en el mercado nacional: 23.040 unidades

2.4 Importación directa vs Compra a proveedor

Teniendo en cuenta los datos arrojados por la investigación, luego de analizarse la cadena completa de Distribución física internacional para la importación de mugs desde la República Popular China hacia Colombia, y por otro lado los datos de un proveedor nacional que se ha encargado de realizar todo el proceso ya mencionado, y quien se dedica a la distribución en nuestro país, todo esto como se muestra en la Tabla #8, se evidencia que para un consumo promedio anual de 613.000 unidades de mugs que realiza la compañía Novaventa S.A.S existe un

ahorro de \$ 387.416.000 si se realiza la importación directa y no mediante un tercero. No se puede determinar específicamente en que eslabón de la cadena se presenta el ahorro de esta cantidad de dinero, pues por obvias razones el proveedor no suministra estos datos secretos. Se especula que esta diferencia radica en la comisión que cobran a las empresas por realizar la importación pues las cotizaciones podrían ser similares para ambas empresas, aunque para el importador podrían ser menores ya que él se dedica a traer diferentes artículos desde el país asiático y no sólo mugs para una empresa.

El ahorro de \$387.416.000 se muestra después de restar los productos de multiplicar el precio de importación directa \$ 1.473 por la cantidad de mugs anuales 613.000 que presenta un total de \$ 902.949.000 y el precio de importación mediante terceros \$ 2.105 por las mismas 613.000 unidades dando como resultado \$1,290,365,000. Por tanto, la resta de estos dos productos concluye el ahorro mencionado anteriormente (\$387.416.000)

¹ *Datos expresados en Pesos Colombianos

3.Hallazgos

Las formas de negociación de los empresarios de la República Popular China se asemejan de a poco a las de la cultura occidental, esto beneficia los acuerdos que se realizan entre los dos países y directamente afectan en forma positiva la importación y exportación de toda clase de productos desde y hacia China.

Aunque se ha avanzado a pasos agigantados en la relación y la formas en que se negocia, aún no se firman acuerdos que puedan beneficiar el comercio de mugs provenientes desde China específicamente, los tratados son generales y abarcan muchas aspectos, pero no se enfocan en la importación de cerámica o de los productos pertenecientes a las subpartidas 6912.00.00.00, es decir, hasta la fecha se han firmado gran cantidad de tratados que aportan mucho a las relaciones entre los países y a su buena amistad, pero no benefician comercialmente a ninguno de los dos, lo que indica que aún entre ellos existen medidas proteccionistas de sus mercados.

La falta de tratados para eliminar barreras arancelarias conlleva a que los productos tengan un valor más alto para su importación y además el proceso aduanero sea más complicado, por esta razón las empresas deciden comprarle a empresas locales que se dedican simplemente a la importación de todo tipo de producto, es este el modelo que usa Novaventa S.A.S y que según lo analizado, independientemente de la ganancia que tenga el aliado y que sea un poco más caro, es un modelo adecuado para la empresa y funciona perfectamente, el ahorro de hacerlo con personal propio es muy poco y no genera utilidades relevantes.

Ante la poca capacidad de los empresarios colombianos de hacer grandes negocios con los homólogos Chinos, las empresas tienen que recurrir a empresas locales para comprar productos ya importados, al realizar el análisis de la cadena de DFI (Ver tabla #4) y del mapa de procesos del modelo de importación (Ver tabla #5) y compararlo con lo que se cotiza en la tabla # 3, se puede concluir que

el ahorro promedio en un año si se importan los Mugs directamente por Novaventa S.A.S es de \$387.000.000 (pesos colombianos) (Ver tabla #8). Esto implica que la compañía debe tomar decisiones evaluando contra su PYG si esta cifra representa un valor significativo.

Teniendo en cuenta el enunciado anterior donde se menciona la poca capacidad de los empresarios Colombianos para negociar con los homólogos de China se encuentra reflejado en las entrevistas realizadas, para la compañía Novaventa no ha sido prioridad hasta este momento el desarrollo de este tipo de importaciones, hasta el momento ha preferido acudir a las empresas que ya tienen experiencia con las importaciones desde este País, ya que una mala decisión puede incurrir en pérdidas de dinero muy grandes y lo peor para una empresa de venta directa es incumplirles a sus clientes además de dejar de percibir dinero por las ventas.

Los tiempos en Venta Directa son vitales, a lo largo de este trabajo se enfatiza en esta necesidad, esto mismo se corroboró con las entrevistas realizadas, en muchas ocasiones es preferible pagar un poco más de dinero por obtener un buen servicio que sea muy exigente con las fechas predeterminadas.

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

La empresa Novaventa S.AS debe determinar si el ahorro planteado representa una ventaja para la compañía, estableciendo el valor futuro del monto especificado como ahorro promedio y teniendo en cuenta los márgenes planteados para cada producto.

La legislación Colombiana permite la importación de este tipo de productos con proceso de importación relativamente fácil, lo que implica una motivación adicional para implementar el modelo planteado, cada día es más común que más compañías estén realizando cualquier tipo de importación desde el continente Asiático, para esto es muy importante conocer cada vez más de su cultura.

Durante la investigación se encuentra que la bibliografía acerca del tema es muy poca, lo que implica una mayor exploración de datos a la hora de implementar el modelo propuesto, también es una mayor oportunidad para los interesados en estos temas de logística internacional para investigar más sobre el tema, encontrar mejores formas de negociación y fábricas especializadas para unas negociaciones más óptimas.

Los tratados vigentes entre Colombia y China no contribuyen a la disminución, de los costos, por ejemplo, la importación de este producto requiere el pago de gravamen (arancel) para ingresar al país.

En Colombia, la preparación por parte de la industria para enfrentar negociaciones con Asia es pobre, esto genera una dificultad sobre la cual que se debe trabajar para desarrollar este mercado.

En la entrevista de conocimiento del negocio con el proveedor importador de China se detectó la falencia tan grande que hay en estos momentos con las empresas Colombianas de carga y transporte internacional, aún no están

preparadas para afrontar tratados de libre comercio, las quejas son comunes en cuanto a los incumplimientos y altos costos.

4.2 Recomendaciones

En caso de implementarse el modelo propuesto, la compañía Novaventa S.A.S debe incluir en su equipo de trabajo personal capacitado para desarrollar el mercado y el proveedor asiático y de este modo obtener los resultados esperados, como común denominador se encontró que es de vital importancia tener a una persona allá en China encargada del seguimiento a la producción, de asegurar la calidad y de encargarse que llegue para la fecha estipulada a Colombia según las entrevistas realizadas.

Realizar un proceso de selección minucioso de las compañías de carga y transporte internacional, tener un muy buen aliado en este caso es vital para una correcta operación.

Debido a que el 60% de las compras para los productos que se comercializan en el catálogo son importados según la entrevista a la negociadora de Novaventa, se recomienda iniciar con el proceso de importación de un producto y de acuerdo al resultado de la misma iniciar con los demás, este trabajo de grado fue enfocado únicamente en la importación de mugs, deberá hacerse el mismo estudio para los otros productos y evaluar las ganancias totales, deduciendo los costos incurridos en el proceso.

Para la importación de cualquier producto desde el mercado Asiático, es fundamental conocer su cultura y forma de hacer negocios. Desde la experiencia en la negociación con chinos, se recomienda tener toda la información muy clara y organizada, debido a que esta cultura en ocasiones presenta dificultades para cumplir con los requisitos y cumplimiento de las condiciones negociadas.

En el momento de la selección del proveedor es de gran apoyo contratar compañías en China, que se dedican a verificar calidad y existencia formal de las empresas oferentes. Este proceso de verificación del proveedor garantiza de

cierto modo la seriedad del negocio y proporciona tranquilidad para llevar a cabo todo el proceso.

También debe tenerse en cuenta una revisión periódica de la carga recibida en puerto nacional, las primeras importaciones deben ser verificadas haciendo inspección física de la mercancía pues se han presentado innumerables casos donde lo que se recibe no es lo que se negocia. Luego de tener confianza con el proveedor se puede omitir este paso pero realizar inspecciones periódicas para evitar inconvenientes y mantener las relaciones a futuro.

Es importante llevar un buen control del Centro de Distribución de la compañía, ya que en caso de realizarse las importaciones directas, todos los productos, mugs como ejemplo investigado, llegarían a la empresa y el nivel de inventarios y de posiciones de estiba incrementaría sustancialmente.

Novaventa S.A.S como miembro del Grupo Nutresa puede establecer alianzas con las otras compañías que hacen parte del mismo, así se realizarían importaciones desde el mismo país, posiblemente al mismo proveedor en mayor cantidad, lo que mejoraría los precios de compra de lo importado y por tanto una disminución mayor en todos los campos de la cadena de distribución física internacional.

5. Referencias Bibliográficas

Araujo Ibarra y Asociados. (1 de Marzo de 2012). *Boletín Estadístico. Comercio bilateral China - Colombia*. Recuperado el 29 de Julio de 2013, de <http://www.camaracolombochina.com/Servicios/Boletin-Estadistico>

Cámara de Representantes de Colombia. (30 de Diciembre de 1983). *Diario Oficial No. 36.428*. Recuperado el 19 de Junio de 2013, de LEY 53 DE 1983 Diciembre 26: ftp://ftp.camara.gov.co/camara/basedoc/ley/1983/ley_0053_1983.html

Crasta, G. (Junio de 2008). *Los mayores 20 fabricantes mundiales de cerámica*. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de http://www.todoconstruccion.com/reportajes/reportajes_ampl.php?id=26

Gallo, P. (2011). China: todo un mundo de oportunidades comerciales para Colombia. *Lupa Empresarial N° 13*, 48 - 54.

García, J. L. (2005). Cultura y Negociación en China. En *BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE No 2835* (págs. 41 - 61). Madrid.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (19 de Noviembre de 2004). Resolución 2647. *Diario Oficial 45.765*. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (27 de Octubre de 2005). Resolución 0608. *Diario Oficial 46.076*. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (17 de Septiembre de 2010). Resolución 0429. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Educación Nacional. (22 de Enero de 2008). *Convenio Cultural entre Colombia y China*. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de <http://www.mineduccion.gov.co/1621/article-140069.html>

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2013). *Biblioteca Virtual de Tratados*. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de <http://apw.cancilleria.gov.co/tratados/SitePages/BuscadorTratados.aspx?Estado=232&Tipo=B>

Novaventa S.A.S. (10 de Julio de 2013). *Historia*. Recuperado el 10 de Julio de 2013, de <http://www.novaventa.com.co/article/show/historia>

Opazo Ziem, M. (2006). *La Cadena de Distribución Física Internacional*. Recuperado el 15 de Julio de 2013, de <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1417&edi=72&xit=la-cadena-de-distribucion-fisica-internacional-40dfi41>

Proexport. (Diciembre de 2008). *Guía para exportar a China*. Recuperado el 1 de Julio de 2013, de <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4073DocumentNo7376.PDF>

Trade Intelligence System. (12 de Junio de 2013). *www.sicex.com*. Recuperado el 12 de Junio de 2013, de <http://www.sicex.com/foreign-trade-customs-database/ES/#!/trade/0/6912000000/1/>

ANEXOS

A. Entrevista Importador

Como parte del trabajo de grado sobre la importación de Mugs desde China para la empresa Novaventa se realizaron un par de entrevistas, una con la persona a cargo de la negociación y compras de la empresa “ABC” y otra con la persona del departamento de Mercadeo de Novaventa quien selecciona el portafolio y negocia cantidades. El objetivo de las mismas es conocer y entender un poco más a fondo el modelo utilizado por el importador “ABC” quien es el proveedor que vende los Mugs a la empresa Novaventa y los criterios bajo los cuáles se seleccionan importadores en lugar de realizar la compra directa.

La información brindada en estas entrevistas es de carácter confidencial, es por eso que se utilizó el nombre ficticio “ABC” para la empresa importadora y la información aquí consignada solamente será utilizada para efectos de la investigación.

¿Hace cuánto tiempo se dedica a la importación de productos desde China?

R/ Hace más de 12 años.

¿Hace cuánto es proveedor de la compañía Novaventa?

R/ Hace 9 años

¿Solamente importa Mugs de cerámica o importa otro tipo de productos desde China?

R/ Nos especializamos en productos de cerámica, porque ya conocemos las fábricas especializadas, pero también importamos otros tipos de productos, tales como, muñecos de felpa (alcancías) y adornos navideños, entre otros.

¿Cómo seleccionan los proveedores en China?

R/ En estos momentos tenemos un par de proveedores especializados por cada tipo de material, porque ya hemos trabajado durante mucho tiempo con ellos y sabemos de su calidad y su cumplimiento, porque esto es lo más importante a tener en cuenta en la selección de proveedores de China. Pero esto no implica que nos encontremos en constante búsqueda y desarrollo de nuevos proveedores, asistimos a las ferias especializadas en las ciudades principales de China y allí realizamos muchos contactos, nos muestran brochures e incluso nos regalan muestras, pero el paso siguiente es el crucial en este tema de negociación y es la visita a la planta, porque a veces nos hemos topado con que son empresas que no cumplen con los requisitos para fabricar productos para una compañía de alimentos como lo es Novaventa.

¿Es posible realizar todo el desarrollo de proveedores, el proceso de importación y la verificación de calidad desde Colombia o es necesario tener un representante en la China?

R/ No es posible. El mercado Chino es un mercado complejo, hay que estar muy pendiente de cómo se están fabricando los productos seleccionados, para no traer inconvenientes a Colombia o lo que es peor a nuestros clientes. Nosotros tenemos a una persona originaria de China y esta es la encargada de realizar toda la inspección física de los productos antes de ser embarcados para Colombia, este contrata mano de obra para la revisión del 100% de los productos.

¿Qué tipo de negociación utiliza frecuentemente para la importación de los productos? ¿Por qué?

R/ Preferimos comprar todo FOB. Porque encontramos mejores tarifas con las fábricas productoras ya que se conoce el precio del transporte y el seguro con anterioridad. Además ya tenemos empresas de carga especializadas que hacen toda la labor. No hay empresas excelentes en Colombia, de hecho ya nos hemos cambiado varias veces, pero es mejor que manejarlo directamente.

¿Cada cuánto viaja a China para visitar proveedores y traer innovaciones a sus clientes?

R/ Entre 5 y 7 veces al año, es muy importante estar al día con las innovaciones, porque esto es lo que nos mantiene dentro del catálogo, para el caso de Novaventa.

¿Cuántos mugs en promedio caben en un contenedor de 20st?

R/ Aproximadamente 21,600 piezas de los mugs promedio.

¿En algunas oportunidades debe consolidar carga para poder importar los productos en el tiempo negociado?

R/ En la mayoría de los casos no, porque manejamos muy buen volumen de mugs (producto más importado por nuestra empresa), pero a veces es necesario consolidarlo con pedidos de otros productos o para otras compañías.

¿Los productos importados llegan desde puerto directamente a la compañía Novaventa?

R/ No, todos los productos llegan primero a las instalaciones de nuestra empresa, allí se guarda la mercancía durante el tiempo acordado en la orden de compra, porque en la mayoría de las veces realizamos la importación con aproximadamente 15 o 20 días de anticipación de lo pactado, es preferible pagar almacenamiento en Colombia que quedar mal con nuestros clientes.

**¿Cómo le ha ido con las empresas de transporte de carga internacional?
¿es sencillo el proceso de distribución internacional con estas?**

R/ En el tiempo en que llevamos importando hemos trabajado con la mayoría de las empresas más reconocidas en temas de manejo de carga internacional, la verdad no hemos tenido muy buenas experiencias, sobre todo con los tiempos de entrega, en la mayoría de las veces no se han cumplido y esto para nosotros es vital para no incumplirles a nuestros clientes

B. Entrevista Negociador Novaventa

Las preguntas realizadas a continuación se basaron en las dudas que se iban presentando durante la investigación.

¿Cómo es el proceso de negociación de los productos, para este caso de Mugs con el importador??

R/ El importador, trae entre 10 y 15 muestras con innovaciones, productos que están de moda, imágenes actuales, por ejemplo, vírgenes, ángeles, día de la madre, día del padre, entre otros. Presenta un precio inicial, luego se comienzan a hacer ajustes de diseño, de colores, se vuelve a cotizar el producto con los nuevos cambios y por último se pactan unas unidades estimadas de compra, que luego serán definitivas más adelante, cuando se tengan las muestras reales y se pueda hacer una estimación más afinada. Es así, a grandes rasgos.

¿Por qué no se realizan negociaciones directamente con los productores en China?

R/ Por política de Grupo Nutresa la única compañía que puede realizar importaciones es Servicios Nutresa, hoy se encarga de realizar compras al exterior de insumos para las compañías, tales como, arroz, hojuelas, azúcar, entre otros. Hasta el momento no se ha visto la necesidad de indagar en un proceso de compra de productos para la comercialización desde China. Además se considera que es mejor realizar la compra a las empresas “expertas” porque ya conocen fábricas, tienen oficina en China y saben de negociación con esta potencia mundial.

¿Conoce usted el margen con el que le venden este tipo de importadores a Novaventa?

R/ Está aproximadamente entre un 15% y un 20%.

¿Cuál es la necesidad anual promedio del tipo de Mug promedio para el catálogo de Novaventa?

R/ Entre 600,000 y 620,000 unidades por año.

¿Planean seguir importando este tipo de productos para la venta por el catálogo?

R/ Si claro, las ventas son excelentes y los clientes cada vez más piden este tipo de productos, ya sean para dejarlos en sus hogares o para entregarlos como obsequios a sus seres queridos.

¿Qué porcentaje más o menos representan los productos importados vs a los nacionales?

R/ Cada vez los productos importados tienen una mayor importación dentro del catálogo, esto debido a sus costos y a su calidad, hoy estamos más o menos en un 60% importados, 50% nacionales. Tal vez los mugs en cerámica sean los más representativos, por su volumen en ventas, pero también estamos realizando compras de vidrio, muñecos de felpa, vajillas en cerámica, entre otros.

C. Cotización Agencia de Aduanas



IMPORTACIONES ORDINARIAS RANGO VALORES

	Desde	Hasta	Tarifa sobre CIF	Valores Agregados	Observaciones
1	US\$0.00	US\$40,000.00	\$200,000.00 Mínima	Tarifa opera para todo tipo de importaciones, independientemente que sean procesos especiales	Procesos por los principales puertos o aeropuertos de ingreso a territorio aduanero. Rango Dólar US\$1800-2200
2	US\$41,000.00	US\$1,000,000.0	0.20%		
3	US\$1,000,001.0	US\$5,000,000.0	0.15%	Tarifa integral	Para los ítems 3 y 4 no se cobrarán gastos generales*
4	US\$5,000,001.0	En adelante	0.10%		

* Gastos Generales como trámites generales, registro fotográfico, acompañamiento preinspección y cargue nocturno.

OTROS TRAMITES			
19	TRAMITES DE LICENCIAS DE IMPORTACIÓN	\$200,000.00	
20	HOJA ADICIONAL	\$50,000.00	
21	TRÁMITE CLASIFICACION ARANCELARIA TÉCNICA ADUANERA DIAN/BOGOTÁ	\$500,000.00	POR PROCESO
22	TRÁMITE EXENCIONES DE IVA ANTE EL ESTADO	\$500,000.00	POR PROCESO
23	TRÁMITE EXENCIONES DE ARANCEL ANTE EL ESTADO	\$500,000.00	POR PROCESO

OTROS CONCEPTOS ADICIONALES		TARIFA
24	Trámites Generales	\$ 100,000.00
25	Sellos de Seguridad	\$12,000.00
26	Acompañamiento Preinspección	\$80,000.00
27	Formularios licencias, Declaración de Aduanas, Declaraciones de Valor y Transmisión de datos	AL COSTO
28	Cheques de Gerencia	AL COSTO
29	Registro Fotográfico	\$20,000.00
30	Gastos de Embarque (cuando se generen)	\$70,000.00

D. Cotización Transporte



GC-FG-02
Versión: 2
Fecha: 04/04/2007

Itagüí, 15 de mayo de 2013

Señora
Lina Marcela Soto Soto
Coordinadora Compras
AM & M Montacargas S.A.
Sabaneta

Asunto: Cotización de Servicios.

Respetada Señora Soto, reciba un cordial saludo. Agradecemos la oportunidad brindada para presentarle nuestra oferta de servicios.

CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO.

Ruta: Masivos nacionales.

Acompañamiento vehicular: No incluido, en caso de requerirse escolta para los vehículos se acordará el valor con el cliente

Valor asegurado de la mercancía: Pendiente

Tipo de mercancía: Montacarga

Peso, dimensiones y embalaje: pendiente

Cargue y descargue: No incluidos en la tarifa

Condiciones comerciales: Facturación semanal con pago a 45 días.,

Vigencia de la tarifa: Hasta Diciembre 31 de 2013, fecha en la cual se revisaría la tarifa

TARIFAS PROPUESTAS


ORIGEN	DESTINO	TARIFA		
		TURBO	SENCILLO	MINIMULA
Medellin	Bogotá	\$ 730.000	\$ 970.000	\$ 1.770.000
	Pereira	\$ 580.000	\$ 730.000	\$ 1.180.000
	Cali	\$ 730.000	\$ 970.000	\$ 1.420.000
	Buenaventura	\$ 910.000	\$ 1.150.000	\$ 1.590.000
	Buga	\$ 700.000	\$ 930.000	\$ 1.300.000
	Cartago	\$ 700.000	\$ 930.000	\$ 1.300.000
Cali	Medellin	\$ 730.000	\$ 1.190.000	\$ 3.060.000
Buga		\$ 730.000	\$ 1.190.000	\$ 3.060.000
Cartagena		\$ 730.000	\$ 1.190.000	\$ 2.800.000
Pereira		\$ 550.000	\$ 790.000	\$ -
Buenaventura		\$ 1.210.000	\$ 1.810.000	\$ -

La presente cotización se considera aceptada una vez solicitado el servicio de transporte

Esperamos que esta propuesta sea de su agrado.

Cualquier inquietud adicional será atendida con gusto.

Cordialmente,



Carol Atehortua Rios
 Jefe de Negocios
 L&D Logística de Distribución
 Tel. 4484990 ext 4125 cel 3212717773
 e-mail: carol.atehortua@ldlogistica.com
 WebSite: www.ldlogistica.com

E. Cotización transporte marítimo



Bogotá D.C. miércoles, 19 de octubre de 2011

Cotización No.:1482

Señores:

T.M. Logistics, pone a disposición soluciones logísticas integrales como Usuario Industrial de Servicios, calificado por la Zona Franca de Bogotá, así como Agente de Carga Internacional y bodega de Rentas.

De acuerdo a su amable solicitud, presentamos la siguiente cotización para la intermediación y coordinación de servicios logísticos en los siguientes términos y condiciones.

Esperamos que esta cumpla con sus expectativas y fortalezca nuestra relación comercial.

TRANSPORTE MARÍTIMO FCL

Gastos en Origen Carqa FCL		Por BL
IT BL	USD	35.00

RECARGOS EN DESTINO CARGA FCL		%	MIN	x Cont	Por BL
(IP) Doc Fee	USD	0.80	60.00		
(IP) THC	USD			70.00	
IT Dismounting	COP			57,000.00	
(IP) BL FEE	USD				52.20
(IP) Radicacion BL	USD				35.00
(IP) Liberacion	USD				25.00
(IP) Collect Fee	USD	3.00	35.00		

POL: Shanghai

POD: Buenaventura

TT: 26 días aprox

Frecuencia: Semanal

Ruta: Directo

Días libres: 21 días

Drop off: USD 300.00 x cont 20'std

Ocean Freight USD 1.700 x cont 20'std

BL USD 35 x documento



CONDICIONES GENERALES

- a) TM LOGISTICS S.A.S requiere le sea enviada la Oferta y la Orden de Reserva debidamente diligenciada y suscrita por ustedes, y se reserva el derecho de dar inicio a las actividades hasta tanto estos documentos le sean enviados. No obstante, si TM LOGISTICS S.A.S decide dar inicio a las actividades sin el recibo de dicha documentación, se entenderá como aceptada por ustedes en su integridad la presente cotización, con el hecho de haber sido entregada la carga a TM LOGISTICS S.A.S.
- b) Los detalles del transporte enunciado y corte de documentos de transporte se especificarán en la Orden de Reserva, la cual es parte integral de la presente oferta.
- c) La cotización ofrecida está sujeta a cambios sin previo aviso, bajo las condiciones actuales del mercado, sin que ello genere responsabilidad alguna por parte de TMLogistics. Por lo anterior, los fletes ofertados están basados en tarifas vigentes, sujetas a las variaciones que determinen las compañías de transporte y liquidados a las tasas que ellos determinen. Así mismo, las tarifas sujetas a gastos en destino
- d) Los itinerarios están sujetos a cambio sin previo aviso, pues ellas dependen de las condiciones establecidas por cada empresa transportadora.
- e) El precio de la Oferta no incluye IVA ni ningún otro tipo de impuesto o gravamen, los cuales, de causarse deberán ser asumidos por el Cliente.
- f) La carga solo será asegurada si TMLogistics recibe orden expresa y escrita por parte del ustedes, en la cual manifiestan que asumirán el costo de ello y que aceptan los términos y condiciones del seguro.

- g) Si la carga requiere un tratamiento especial, ya bien sea de apilamiento, manipulación, embalaje, estiba, almacenamiento, transporte o cualquier otro, éste deberá ser advertido a TMLogistics por escrito, previa y oportunamente. De lo contrario, la carga será manipulada bajo las condiciones estándar y TMLogistics no asume ninguna responsabilidad por averías, mermas, deterioros o cualquier otra clase de siniestro.
- h) El uso del acompañamiento será definido de acuerdo a los valores y características de la carga y será asumido por el Cliente. TMLogistics se reserva el derecho a no transportar la mercancía si de acuerdo con la ley es obligación transportarla con acompañamiento y el Cliente no da la aprobación respectiva al valor definido por este concepto. En este caso, se entiende finalizada a satisfacción la prestación del servicio.
- i) Los costos generados en puerto, así como los depósitos, demoras, limpiezas, drop off, daños o limpiezas a los contenedores, manejos en aeropuerto como zunchado, etiquetado o plastificado, y todo aquello que no esté incluido dentro de la tarifa, será reembolsado por ustedes a TMLogistics, para lo cual se adjuntará el soporte correspondiente.
- j) La responsabilidad de TMLogistics no excederá en ningún caso la que asume frente a TMLogistics las distintas compañías que permiten llevar a cabo la prestación de servicios, tales como, compañías de transporte marítimo, aéreo, terrestre, ferroviario, etc. Sin embargo, TMLogistics se exonera de toda responsabilidad frente acciones de terceros, caso fortuito o fuerza mayor, que ocasione la destrucción, pérdida o avería de la mercancía, demoras en su entrega, sobrecostos por cualquier tipo de operación o demora, nuevas tasas o tarifas, y en caso que deba pagar suma alguna por estos conceptos, el Cliente se obliga a reembolsar dichos valores. Así mismo, TMLogistics no será responsable por daños o perjuicios indirectos, ni consecuenciales, ni por lucro cesante, ni por eventos de caso fortuito o fuerza mayor. La responsabilidad total máxima acumulada de TMLogistics será por la cuantía que directamente perciba como contraprestación por la prestación del servicio.

- k) Las condiciones generales que presentan los proveedores de los servicios que ofrece TMLogistics, se entienden incluidas en la presente cotización.
- l) TMLogistics no es responsable de extra costos en destino si el embarcador no ha cancelado la factura a tiempo y/o si el consignatario no retira la mercancía.
- m) El Cliente entiende y acepta que debido a la congestión que se puede presentar en alguno de los patios, puertos, buques y demás, puede haber demoras, lo cual no será responsabilidad de TMLogistics, y el Cliente deberá asumir el costo que se cause por los días en que el contenedor no pueda ser recibido.
- n) El Cliente será responsable y asumirá el valor de las multas o sanciones que genere la diferencia en el peso real cargado y el peso en documentos al transportar la mercancía o de cualquier insuficiencia o irregularidad en los informes de carga de los documentos entregados. TMLogistics hará su mejor esfuerzo por poner en conocimiento del Cliente cualquier diferencia en peso, pero esta no será su obligación. TMLogistics transferirá al Cliente la reclamación que realice la transportadora a fin que el Cliente responda directamente ante el transportador.
- o) TMLogistics se exime de cualquier responsabilidad por cualquier error o inconsistencia que se pudiere presentar con relación a la información reportada a la DIAN, y demás autoridades, con base en la que ha sido suministrada o previamente verificada por el Cliente. Después de entregada la documentación física a la DIAN o que el buque haya arribado no es posible la modificación del BL. No obstante, el cliente asumirá el costo de las correcciones en los documentos de transporte y las multas aduaneras que se generen por los errores en la información.
- p) Con la aceptación de la presente oferta, se reconoce como título ejecutivo todas las facturas o cuentas de cobro que TM LOGISTICS S.A.S expida al Cliente. Para todos los efectos el Cliente entiende y acepta que el precio de la presente oferta será el final real que se genere según las variaciones enunciadas.
- q) Las facturas o cuentas de cobro deberán ser canceladas a su vencimiento, y el Cliente renuncia a cualquier requerimiento previo para ser constituido en mora. El

Cliente autoriza expresamente a TMLogistics para que consulte y reporte ante las centrales de riesgo o bancos de datos el estado de pago y el cumplimiento de los compromisos comerciales.

r) TM LOGISTICS S.A.S actuará en su condición de agente comercial, y por ende de intermediario, razón por la cual la mercancía se transporta cuenta y riesgo de ustedes. TM LOGISTICS S.A.S no se considerará comisionista de transporte. En consecuencia los ingresos que TM LOGISTICS S.A.S reciba por concepto de la prestación del servicio se entenderán como ingresos de terceros. La relación jurídica que surja entre las partes con ocasión a la aceptación de la oferta se regirá por normatividad colombiana.

CONDICIONES DEL CONTRATO DE PRÉSTAMO DE CONTENEDOR

Las mismas establecidas por la Línea Marítima

FORMA DE PAGO:

La forma de pago será aquella establecida en las condiciones generales de TMLogistics.

En caso de establecerse el pago en dólares americanos, está se liquidará a la tasa representativa del mercado del día de pago más veinte (20) pesos, siempre y cuando no sea inferior a la tasa representativa del mercado de referencia de la fecha de emisión.

LA TARIFA OFRECIDA NO INCLUYE

- a) El valor del cargue y descargue de la mercancía, manejos portuarios, de sociedades portuarias o sus equivalentes, liberación de BL, escolta y/o acompañante en el trayecto terrestre, stand by, depósitos, drop off o liberaciones.
- b) El valor del vaciado, llenado, lavado, limpieza del contenedor.
- c) El valor de la movilización para el reposo.
- d) El valor de movilización, zunchado, armado y demás después de la fiscalización, o inspección o cualquier otra actividad determinada por autoridad competente.
- e) El valor del embalaje o re embalaje de la carga.

f) El valor de la des consolidación, inspección, movimiento, bodegajes, devolución del contenedor, etc.

g) El valor de las fumigaciones o extra costos a que haya lugar para el manejo de las cargas, según sus características.

La presente Oferta tiene validez por 12 días, contados a partir de la fecha de su emisión, salvo que por circunstancias ajenas a TMLogistics las tarifas ofrecidas hayan cambiado según condiciones de mercado.

Cordialmente,

Ejecutivo de Cuenta