

6402- sinteco: General Customs Value by General Customs Value
for ALL Countries

U.S. General Imports

Monthly data for 2013

Country	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
<i>In Actual Dollars</i>												
General Customs Value where quantities are collected in pairs												
China	635,492,709	620,683,217	366,393,711	467,214,343	401,348,610	432,157,630	498,856,955	482,564,795	435,445,984	403,657,244	337,796,248	388,630,864
Vietnam	90,558,475	73,734,731	61,849,033	62,878,630	64,851,573	78,435,715	77,803,843	57,413,597	63,900,376	68,176,469	58,530,974	85,443,528
Indonesia	43,645,512	30,193,164	36,036,037	34,920,541	33,267,675	31,490,262	29,427,253	18,805,541	18,062,765	26,478,813	24,221,967	28,322,458
Italy	5,243,858	5,726,142	4,037,734	4,671,287	5,232,840	4,144,047	10,121,979	7,845,536	3,486,678	6,056,619	6,395,430	5,446,969
Brazil	1,721,381	4,654,702	3,105,693	2,339,135	1,732,440	748,441	1,194,492	1,079,825	1,073,626	2,662,954	1,744,107	3,316,920
Germany	2,247,613	2,368,251	1,729,682	1,034,082	883,788	732,867	474,382	618,621	311,212	76,981	1,688,531	2,724,904
Cambodia	2,179,416	1,301,590	1,802,625	2,474,073	1,665,172	2,444,908	2,195,929	2,420,906	2,993,268	1,906,617	1,223,812	2,029,121
Mexico	2,538,365	2,550,453	3,494,735	2,745,050	3,001,659	2,535,725	2,706,105	3,644,974	3,495,898	4,233,425	2,385,568	1,937,772
Taiwan	1,215,568	1,345,057	996,072	1,205,109	1,261,400	1,180,499	1,590,202	932,435	889,07	812,158	875,215	891,088
Romania	405,837	622,083	798,59	1,811,073	2,325,628	2,031,509	7,248,495	4,320,057	1,552,091	1,022,649	746,91	599,52
Ethiopia	701,252	693,411	310,316	331,19	575,686	187,919	170,956	0	150,895	84,261	33,828	588,591
India	791,238	543,126	1,145,722	1,265,856	379,564	292,365	840,872	901,238	1,850,654	1,267,212	617,986	526,818
Hong Kong	1,291,497	591,983	377,507	2,023,038	856,492	1,883,716	2,976,927	1,824,949	1,227,145	733,278	624,426	519,941
Thailand	454,603	305,797	561,473	125,486	565,168	692,94	664,787	1,406,581	761,023	468,826	338,413	416,522
Hungary	97,083	6,374	23,213	1,636	252	1,373,589	2,653,869	2,720,157	1,582,999	638,66	619,822	321,035
Spain	405,569	480,467	674,073	372,012	359,798	192,938	89,416	78,622	94,05	119,032	152,241	208,928
Dominican Rep	48,169	73,63	203,679	230,265	33,509	73,87	48,46	164,723	101,072	63,686	49,369	170,941
Korea	83,135	165,633	145,883	211,51	269,497	189,66	326,77	242,169	183,65	309,789	238,79	137,28
Slovenia	6,879	2,184	0	0	0	0	55,643	84,684	48,849	68,869	108,05	130,389
Sri Lanka	0	0	0	0	0	71,224	0	450	0	0	0	123,419
Argentina	2,622	0	0	0	0	0	381	0	132,557	0	0	105,585
Canada	26,675	3,086	24,652	5,989	28,036	32,22	90,824	76,667	143,87	125,342	74,045	72,182
Panama	0	0	0	0	0	0	2,186	0	0	0	178,152	56,09
Czech Republic	7,647	0	4,2	266,889	7,16	454,191	1,296,117	121,068	347,32	10,271	164,28	48,8
Cocos Is	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42,652
Slovak Republic	24,401	2,655	12,263	3,125	5,274	19,426	2,767	91,209	72,295	26,807	36,606	40,226
Reunion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	34,176
Bosnia-Herzegov	835,514	167,192	187,037	176,049	137,434	86,921	197,13	876,788	34,421	73,795	168,092	30,426
Japan	13,42	17,954	23,909	901,185	12,6	30,156	17,969	20,383	14,87	31,067	20,269	30,299
France	7,205	8,178	5,841	23,546	19,768	8,943	2,019	14,713	22,403	26,257	18,163	26,374
Portugal	24,374	1,188	48,843	46,994	28,21	30,695	10,133	70,162	134,419	38,918	45,066	21,738
Ukraine	30,36	15,897	5,733	14,14	233,128	40,236	149,211	69,811	86,4	16,433	0	16,91
United Kingdom	31,44	27,957	53,783	54,041	36,865	40,794	33,199	4,677	27,923	19,488	16,524	16,696
Serbia	50,513	25,646	50,54	1,856	133,295	265,424	269,951	83,99	54,997	1,06	13,822	12,518
Netherlands	6,608	396	4,855	4,948	0	8,717	24,223	24,915	4,664	291	2,795	12,462
Croatia	278,516	569	66,951	2,547	75,166	696	90,829	805,203	328,024	12,187	0	7,974
Ireland	2,98	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6,68
Albania	10,505	19,093	41,751	23,177	4,741	9,17	5,602	7,74	20,423	2,932	905	6,577

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
 Versión Pública:
 Folio No. 314

185

104

Morocco	1,761	14,779	7,384	4,636	18,338	20,04	35,657	11,684	14,386	23,187	4,852	5,453
Tunisia	10,68	20,686	7,835	3,588	0	0	2,449	0	0	254	0	4,863
Turkey	5,711	0	2,841	24,87	0	13,523	16,785	772	7,112	13,197	10,484	2,741
Pakistan	0	0	40,476	3,248	0	900	85,383	667	0	17,149	17,344	1,495
Bulgaria	10,748	16,983	3,352	9,045	0	9,807	9,54	3,172	22,314	595	0	1,36
Colombia	7,162	0	2,142	13,8	2,285	315	2,072	47,794	5,702	8,554	22,868	1,33
Philippines	12,052	17,258	329	1,5	6,58	2,535	4,553	5,147	3,15	17,197	2,583	1,113
Norway	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	911
Malaysia	0	0	64,504	0	4,343	0	0	404	60,588	0	75,171	712
Venezuela	0	0	0	738	0	0	0	0	0	4,377	0	306
El Salvador	0	0	0	0	0	796	0	0	0	0	0	300
Israel	6,21	0	0	36,961	0	6,688	0	26,27	0	931	0	0
Bangladesh	541,193	536,936	363,927	33,167	23,654	312,709	71,042	30,678	683,974	92,575	92,231	0
Greece	1,743	0	0	0	0	0	0	0	0	3,67	1,619	0
Singapore	5,221	0	27,9	1,892	0	0	2,278	27,068	0	0	0	0
Costa Rica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finland	0	8,364	0	0	1,704	0	600	600	10,283	2,328	0	0
United Arab Em	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sweden	38,788	0	0	487	0	0	0	0	38,523	0	0	0
Denmark	0	4,039	1,893	0	0	0	0	0	442	320	7,269	0
Malta	0	0	0	0	0	1,267	0	0	0	0	0	0
Lebanon	0	0	0	0	0	0	0	300	500	0	6,968	0
Poland	336	0	6,946	609	0	0	545	0	0	278	0	0
Peru	0	952	383	0	0	0	0	6,666	0	0	0	0
Macao	618	4,8	0	0	0	0	0	9,456	2,405	326,62	250,497	0
Macedonia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	497	0
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,482	1,688	0
Jordan	0	0	0	8,144	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	37,611	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Australia	0	3,403	0	560	300	630	0	0	4,021	7,36	0	0
Guinea	0	0	0	0	0	0	3,053	0	0	0	0	0
Austria	40,799	4,864	9,701	0	0	7,808	0	0	76,048	122,496	98,004	0
Lithuania	0	0	0	330	0	0	0	0	0	0	0	0
Ken African Rep	0	0	0	390	0	0	0	0	0	0	0	0
Cameroon	318	0	11,718	8,896	0	0	0	0	0	5,893	0	0
San Marino	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Belgium	6,508	0	0	0	0	0	0	0	299	0	0	0
Russia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	521	0
Montenegro	0	0	0	0	0	0	330	0	0	0	0	0
Namibia	105,494	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
New Zealand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,307	0
Switzerland	0	0	0	2,35	0	1,251	0	0	0	0	0	0
Guatemala	0	23,517	59,051	6,544	0	4,572	2,5	306	14,094	300	717	0
Nepal	0	0	0	0	0	0	0	933	0	0	0	0
Subtotal pairs	791,314,892	746,988,398	484,826,518	587,540,557	519,389,632	562,270,254	641,876,663	589,509,103	539,579,732	519,873,153	439,725,026	523,095,957
Total	791,314,892	746,988,398	484,826,518	587,540,557	519,389,632	562,270,254	641,876,663	589,509,103	539,579,732	519,873,153	439,725,026	523,095,957

6402- sint: General Customs Value by General Customs Value for ALL Countries

U.S. General Imports

Monthly data for 2014

Country	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN
<i>In Actual Dollars</i>						
General Customs Value where quantities are collected in pairs						
China	571,372,879	552,029,986	397,502,938	455,936,514	386,528,812	444,016,052
Vietnam	103,793,110	77,337,798	83,022,138	77,240,533	87,854,780	87,006,767
Indonesia	39,241,101	30,653,382	40,132,298	36,169,132	29,672,821	28,442,175
Cambodia	5,382,799	9,974,724	6,242,393	4,349,063	3,211,571	3,814,909
Italy	4,676,252	5,519,362	5,467,401	6,128,550	5,410,639	3,694,876
Mexico	2,818,110	2,793,454	3,249,267	3,874,187	4,057,846	3,410,208
Brazil	3,037,036	3,853,145	2,866,197	2,485,022	2,457,252	2,231,006
Germany	2,417,033	1,873,010	2,004,418	2,372,854	1,463,173	2,203,202
Bosnia-Herzegov	257	289,23	166,881	2,342,513	2,056,008	1,624,892
Taiwan	1,165,349	515,019	705,692	1,040,857	2,221,843	1,214,146
Thailand	585,889	437,465	1,538,436	1,125,943	637,84	1,097,804
Romania	952,988	378,056	809,103	2,128,908	169,022	974,688
Czech Republic	113,242	0	244,79	36,579	519,491	418,954
India	951,81	575,452	883,396	1,016,561	633,522	398,458
Croatia	260,732	347,338	162,1	5,573	261,729	305,861
Hong Kong	518,353	457,467	668,272	201,084	512,497	280,293
Dominican Rep	61,683	195,47	182,052	136,513	158,331	225,442
Korea	76,607	183,021	102,649	163,949	387,702	197,144
Spain	57,316	271,305	178,775	259,786	260,009	187,049
Bangladesh	139,638	205,84	548,249	132,828	7,758	154,792
Sri Lanka	0	0	0	1,349	31,776	133,021
Serbia	92,99	14,276	41,047	834	69,819	100,751
Canada	102,962	69,584	66,182	68,181	156,499	82,853
Slovak Republic	27,449	13,819	21,709	16,002	8,188	56,269
United Kingdom	61,941	16,428	31,486	30,467	97,724	52,872
Colombia	0	7,071	2,297	47,822	3,39	38,848
Ukraine	58,226	35,746	33,332	33,835	0	35,645
Pakistan	65,036	42,88	43,529	1,2	2,736	32,398
Albania	1,922	38,754	25,999	14,076	7,625	20,311
Nicaragua	0	0	0	286,133	53,842	12,912
Turkey	4,434	7,695	72,736	0	326	7,636
Bulgaria	3,148	8,193	9,451	1,223	0	4,403
Japan	4,657	962	65,063	12,067	20,775	4,003
Netherlands	9,753	20,324	2,29	19,227	1,941	3,737
Philippines	39,858	5,175	10,849	8,336	7,445	3,464
Portugal	23,546	18,452	29,266	77,408	17,297	3,269
Hungary	84,3	112,736	2,739	0	0	3,132
Israel	0	0	0	17,359	18,57	2,464
France	17,187	7,547	61,685	9,28	4,614	2,247
South Africa	0	0	0	0	0	2,11
Kenya	0	0	0	0	13,518	2,03
Guatemala	423	8,728	5,85	3,816	0	1,82

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 Versión Pública:
 Folio No. 316

135

Sweden	319	25,764	0	39,952	0	780
Belgium	926	0	0	4,145	0	593
Lithuania	0	0	0	0	0	549
Malaysia	3,175	0	1,298	0	520	432
Macao	49,748	0	0	4,328	2,656	408
United Arab Em	0	0	0	299	252	270
Poland	3,266	0	1,747	2,024	779	0
Singapore	0	0	0	0	8,736	0
Denmark	0	8,176	0	0	8,732	0
Australia	0	729	0	0	0	0
Finland	2,244	0	0	0	0	0
Costa Rica	0	0	0	4,48	0	0
Suriname	0	0	0	0	377	0
New Caledonia	73,935	0	0	0	6,05	0
Peru	0	1,5	0	1,584	0	0
Austria	21,77	1,023	0	520	3,017	0
Ecuador	0	0	0	1,2	6,283	0
Aruba	0	0	0	625	0	0
Cameroon	0	80,973	559	0	0	0
Uganda	0	0	0	1,267	0	0
San Marino	0	7,399	0	0	0	0
Ethiopia	673,704	646,474	324,779	284,886	72,871	0
Russia	0	0	1,573	0	0	0
Argentina	155,397	0	0	0	0	0
Panama	0	1,055	756	0	0	0
Switzerland	378	262	4,587	0	456	0
Slovenia	49,59	5,732	0	11,396	6,218	0
Honduras	0	0	0	0	48,156	0
Moldova	523	0	0	0	0	0
Morocco	2,506	0	0	589	0	0
Tunisia	1,117	5,526	0	0	890	0
Greece	16,7	4,513	0	19,054	0	0
Chile	0	0	0	3,984	0	0
Subtotal pairs	739,275,314	689,108,020	547,538,254	598,175,897	529,164,724	582,507,945
Total	739,275,314	689,108,020	547,538,254	598,175,897	529,164,724	582,507,945

6402- sintético: General First Unit of Quantity by General Customs Value
for ALL Countries

U.S. General Imports

Monthly data for 2013

Country	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
<i>In Actual Units of Quantity</i>												
General First Unit of Quantity where quantities are collected in pairs												
China	113,847,449	125,397,615	70,458,746	88,264,204	71,762,241	65,488,027	60,735,244	54,149,330	47,644,524	43,063,412	41,576,084	56,194,847
Vietnam	9,023,437	6,683,327	5,960,346	5,868,321	6,270,410	7,252,296	6,511,890	5,288,902	5,694,904	6,070,073	5,258,712	6,994,599

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
 Versión Pública:
 Folio No. 272

186

Indonesia	3,984,179	2,608,348	2,975,378	2,790,566	2,587,182	2,330,327	1,932,283	1,248,940	1,198,501	1,796,814	1,679,978	2,204,845
Italy	419,596	470,578	356,154	396,206	312,404	217,965	218,193	109,244	67,768	335,539	463,279	383,627
Brazil	322,18	1,240,525	703,775	481,467	265,132	119,344	240,513	165,393	188,282	654,732	266,326	805,359
Germany	98,694	109,288	70,634	51,834	39,707	31,977	21,532	25,68	13,033	2,534	83,594	119,797
Cambodia	210,294	130,469	187,477	278,322	219,778	286,287	241,362	260,494	361,121	192,39	106,925	263,224
Mexico	468,213	489,841	642,401	443,706	514,084	442,575	447,074	525,868	495,25	565,372	269,333	268,249
Taiwan	402,239	352,02	239,499	336,264	325,078	288,642	343,86	175,65	152,804	188,85	189,794	183,616
Romania	6,395	8,835	10,153	23,346	28,07	27,905	89,287	58,896	22,08	13,267	9,14	8,582
Ethiopia	67,611	73,668	34,512	36,207	57,522	18,357	15,051	0	8,049	7,509	4,056	62,607
India	49,767	39,828	129,551	80,49	23,505	16,915	51,709	58,881	133,035	79,909	45,707	39,335
Hong Kong	218,315	191,432	104,204	315,104	144,849	352,358	345,737	225,592	274,523	83,604	130,426	113,419
Thailand	21,873	9,911	20,739	13,503	45,857	27,344	39,162	33,688	47,68	32,464	44,076	37,831
Hungary	634	26	391	6	1	12,57	21,974	22,551	12,482	5,158	5,037	2,751
Spain	17,069	16,032	25,379	16,621	14,843	5,799	2,521	1,968	2,217	2,755	3,618	5,827
Dominican Rep	1,153	6,943	11,756	13,356	2,248	7,817	5,061	10,173	7,91	2,148	4,127	7,058
Korea	14,889	25,874	19,342	39,538	43,464	30,06	45,512	37,088	31,446	30,012	41,782	20,339
Slovenia	106	47	0	0	0	0	1,07	1,435	885	1,12	1,72	2,084
Sri Lanka	0	0	0	0	0	11,285	0	38	0	0	0	15,006
Argentina	535	0	0	0	0	0	2	0	4,284	0	0	2,796
Canada	2,394	416	3,58	7,227	8,327	1,351	12,419	153,999	190,769	181,581	148,377	107,351
Panama	0	0	0	0	0	0	93	0	0	0	15,396	5,595
Czech Republic	47	0	34	2,043	59	4,355	14,969	2,052	4,24	73	2,906	538
Cocos Is	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7,512
Slovak Republic	273	79	178	93	44	219	53	874	591	462	315	297
Reunion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,299
Bosnia-Herzegov	8,187	1,576	1,741	1,649	1,299	1,185	4,11	9,073	1,66	1,054	2,92	847
Japan	3,293	19,258	4,801	80,422	8,884	22,92	16,594	14,666	2,421	3,677	4,098	5,744
France	253	342	122	6,18	460	347	55	123	1,217	597	152	516
Portugal	529	97	698	1,162	3,019	383	195	1,089	1,742	975	1,947	503
Ukraine	1,543	634	250	671	9,618	1,529	5,808	2,771	3,421	819	0	624
United Kingdom	1,768	3,821	1,715	4,967	2,752	1,351	2,096	143	1,467	582	464	1,545
Serbia	2,27	1,293	2,725	105	5,4	9,796	9,571	3,615	2,746	59	857	898
Netherlands	216	4	617	241	0	260	812	628	106	3	58	1,528
Croatia	1,774	4	3,261	8	584	5	551	4,391	1,672	952	0	40
Ireland	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20
Albania	422	832	1,58	1,006	186	347	191	223	628	114	16	255
Morocco	113	508	297	145	828	770	2,202	399	505	769	164	195
Tunisia	414	864	290	128	0	0	138	0	0	15	0	233
Turkey	196	0	181	1,019	0	548	1,716	42	277	406	335	64
Pakistan	0	0	866	399	0	30	1,853	70	0	780	317	230
Bulgaria	239	615	133	492	0	341	296	98	759	48	0	41
Colombia	191	0	162	4,656	223	8	67	56,106	136	2,418	7,237	25
Philippines	29,664	19,588	1,128	480	103	722	1,238	3,808	1,08	4,398	4,204	3,816
Norway	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
Malaysia	0	0	5,016	0	1,717	0	0	5	6,12	0	21,516	9
Venezuela	0	0	0	372	0	0	0	0	0	260	0	60
El Salvador	0	0	0	0	0	30	0	0	0	0	0	10
Israel	621	0	0	2,889	0	51	0	1,989	0	365	0	0
Bangladesh	55,578	62,986	43,002	4,26	3,06	32,911	9,234	3,57	67,29	12,21	12,048	0
Greece	164	0	0	0	0	0	0	0	0	88	153	0
Singapore	318	0	1,8	234	0	0	0	1,792	0	0	0	0

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
 Versión Pública:
 Folio No. 318

187

Costa Rica	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0
Finland	0	134	0	0	0	0	0	0	108	24	0	0
United Arab Em	0	0	0	0	358	0	150	2,4	0	0	0	0
Sweden	2,451	0	0	60	0	0	0	0	1,068	0	0	0
Denmark	0	590	567	0	0	0	0	0	13	3	101	0
Malta	0	0	0	0	0	40	0	0	0	0	0	0
Lebanon	0	0	0	0	0	0	0	2	9	0	1,473	0
Poland	1	0	360	4	0	0	32	0	0	36	0	0
Peru	0	460	54	0	0	0	0	327	0	0	0	0
Macao	30	50	0	0	0	0	0	305	48	7,92	7,332	0
Macedonia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	190	169	0
Jordan	0	0	0	228	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa	1,62	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Australia	0	926	0	560	50	630	0	0	472	988	0	0
Guinea	0	0	0	0	0	0	73	0	0	0	0	0
Austria	311	126	123	0	0	61	0	0	190	1,799	525	0
Lithuania	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0
Cen African Rep	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0
Cameroon	24	0	1,518	136	0	0	0	0	0	0	0	0
San Marino	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0
Belgium	1,2	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0
Russia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	417	0
Montenegro	0	0	0	0	0	0	12	0	0	0	0	0
Namibia	30,16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
New Zealand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	58	0
Switzerland	0	0	0	94	0	294	0	0	0	0	0	0
Guatemala	0	3,208	35,042	1,928	0	756	500	143	1,488	60	22	0
Nepal	0	0	0	0	0	0	0	394	0	0	0	0
Subtotal pairs	129,320,897	137,973,018	82,062,278	99,572,933	82,703,346	77,049,090	71,394,081	62,664,908	56,653,027	53,351,403	50,417,307	67,876,605

6402- sint#0: General First Unit of Quantity by General Customs Value
for ALL Countries

U.S. General Imports

Monthly data for 2014

Country	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN
<i>In Actual Units of Quantity</i>						
General First Unit of Quantity where quantities are collected in pairs						
China	99,237,011	106,327,986	73,165,123	91,489,589	69,883,052	64,661,538
Vietnam	9,516,836	7,462,187	7,746,329	7,326,318	7,835,329	8,274,319
Indonesia	3,338,304	2,589,735	2,936,665	2,616,388	2,106,531	1,918,926
Cambodia	549,038	1,572,579	795,62	619,705	468,246	382,656
Italy	258,486	404,824	390,873	441,37	402,42	139,226
Mexico	479,296	423,301	488,394	588,009	670,868	429,577
Brazil	601,662	1,013,977	910,16	821,285	508,484	489,71

Versión Publica:
 379
 DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 188

Germany	111,141	85,548	95,008	103,843	63,215	95,251
Bosnia-Herzegov	10	4,399	6,467	17,231	15,848	14,706
Taiwan	415,374	245,205	220,783	216,105	523,978	278,353
Thailand	62,981	19,435	144,214	104,384	56,808	80,135
Romania	11,471	4,704	13,579	23,265	1,95	8,446
Czech Republic	1,011	0	1,732	810	4,607	2,967
India	96,741	43,93	57,15	76,79	48,694	25,837
Croatia	1,7	2,205	706	40	1,278	1,692
Hong Kong	86,052	105,385	160,564	109,604	121,309	77,506
Dominican Rep	7,659	8,73	14,019	14,042	13,463	19,78
Korea	10,437	23,121	8,561	19,312	31,405	34,818
Spain	1,501	8,693	5,645	10,188	10,952	11,451
Bangladesh	17,382	25,35	61,226	16,656	1,18	13,634
Sri Lanka	0	0	0	500	326	15,408
Serbia	5,746	918	2,632	39	4,754	6,54
Canada	120,049	87,624	98,392	133,26	132,825	141,953
Slovak Republic	256	362	643	513	145	377
United Kingdom	5,577	393	2,412	3,718	6,2	540
Colombia	0	2,11	60	13,175	837	12,267
Ukraine	2,417	1,505	1,395	1,534	0	1,438
Pakistan	2,14	1,781	2,374	120	6	685
Albania	75	1,65	1,043	608	238	653
Nicaragua	0	0	0	61,534	3,973	960
Turkey	145	258	3,352	0	18	385
Bulgaria	112	333	373	71	0	143
Japan	962	12	2,256	4,331	857	156
Netherlands	1,032	850	43	751	30	285
Philippines	6,69	2,16	31,976	18,052	1,218	230
Portugal	408	379	742	1,537	257	126
Hungary	1,091	784	10	0	0	20
Israel	0	0	0	1,245	2,274	616
France	302	65	1,753	63	75	23
South Africa	0	0	0	0	0	195
Kenya	0	0	0	0	925	119
Guatemala	44	1,4	1,727	477	0	52
Sweden	9	360	0	1,885	0	6
Belgium	4	0	0	3	0	40
Lithuania	0	0	0	0	0	6
Malaysia	20	0	3	0	1	36
Macao	1,542	0	0	105	78	12
United Arab Em	0	0	0	72	42	108
Poland	45	0	121	22	16	0
Singapore	0	0	0	0	648	0
Denmark	0	244	0	0	1,703	0
Australia	0	286	0	0	0	0
Finland	18	0	0	0	0	0
Costa Rica	0	0	0	39	0	0
Suriname	0	0	0	0	160	0
New Caledonia	3,577	0	0	0	1	0
Peru	0	642	0	127	0	0
Austria	240	3	0	1	11	0

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 Version Publica: _____
 Folio No. 320

Ecuador	0	0	0	300	1,207	0
Aruba	0	0	0	54	0	0
Cameroon	0	15,601	36	0	0	0
Uganda	0	0	0	149	0	0
San Marino	0	38	0	0	0	0
Ethiopia	74,094	71,252	34,245	29,46	10,44	0
Russia	0	0	686	0	0	0
Argentina	4,719	0	0	0	0	0
Panama	0	55	12	0	0	0
Switzerland	25	26	23	0	12	0
Slovenia	654	152	0	180	49	0
Honduras	0	0	0	0	8,615	0
Moldova	17	0	0	0	0	0
Morocco	97	0	0	17	0	0
Tunisia	30	175	0	0	89	0
Greece	225	79	0	612	0	0
Chile	0	0	0	4,918	0	0
Subtotal pairs	115,036,455	120,562,791	87,409,127	104,894,406	82,948,646	77,143,907

Sources: Data on this site have been compiled from tariff and trade data from the U.S. Department of Commerce and the U.S. International Trade Commission.

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

Versión Pública: _____

Folio No. 321

190

**ANEXO 19 -
EMPRESAS QUE HAN
CERRADO
OPERACIÓN**

192

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
Versión Pública: _____
Folio No. 222 - 325

**4 FOLIOS
CONFIDENCIALES
SOBRE EMPRESAS
QUE HAN CERRADO
OPERACIÓN**

**ANEXO 20 -
IMPORTACIONES
MENSUALES ENERO
2013 - AGOSTO 2014**

Importaciones mensuales de calzado en pares
Enero 2013 – Agosto de 2014



Año	Mes	Importaciones declaradas con precio inferior a los precios de referencia en pares			Importaciones declaradas con precio menor a 1 USD por par			Total Importaciones pares	
		Número de Pares	Variación anual	Part. % / Impo. Total	Número de Pares	Variación anual	Part. % / Impo. Total	Número de Pares	Variación anual
2013	Enero	2.368.667	39%	46%	1.833.935	103%	32%	5.116.042	6%
	Febrero	3.505.192	4%	45%	2.093.906	8%	27%	7.773.472	28%
	Marzo	2.507.131	14%	36%	1.516.573	19%	22%	6.925.021	35%
	Abril	1.304.287	-48%	35%	580.555	-54%	11%	3.719.435	-33%
	Mayo	476.123	-85%	18%	92.127	-94%	4%	2.631.477	-61%
	Junio	1.016.220	-62%	32%	103.709	-94%	3%	3.188.452	-49%
	Julio	1.470.155	-54%	41%	313.328	-84%	9%	3.583.366	-48%
	Agosto	1.823.281	-54%	39%	530.262	-80%	11%	4.885.964	-37%
	Enero - Agosto	14.471.046	-35%	38%	6.676.395	-49%	18%	37.603.231	-23%
	Septiembre	1.256.335	-57%	25%	652.525	-61%	13%	5.101.182	-32%
	Octubre	1.475.471	-48%	25%	461.647	-72%	8%	5.998.888	-33%
	Noviembre	2.420.743	-38%	34%	578.950	-76%	8%	7.039.840	-34%
Diciembre	1.084.098	-50%	26%	410.509	-63%	10%	4.155.834	-40%	
Total 2013		20.707.653	-39%	35%	8.778.026	-56%	15%	58.898.955	-28%
2014	Enero	741.523	-88%	26%	248.721	-85%	9%	2.893.127	-44%
	Febrero	1.216.288	-65%	41%	595.455	-72%	20%	2.880.560	-62%
	Marzo	1.691.124	-25%	50%	819.579	-46%	22%	3.771.590	-46%
	Abril	1.992.797	53%	36%	722.265	65%	13%	5.518.161	48%
	Mayo	1.658.842	240%	38%	822.814	793%	20%	4.201.233	60%
	Junio	1.710.292	69%	44%	964.636	830%	25%	3.875.480	22%
	Julio	2.048.375	38%	42%	1.048.397	235%	22%	4.872.673	36%
	Agosto	1.664.390	-9%	37%	1.005.136	90%	22%	4.488.148	-4%
	Enero - Agosto	12.929.831	-11%	40%	6.226.003	-7%	18%	32.588.990	-13%

Fuente: DIAN

Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales ACICAM

Versión Pública:
 Folio No. 326
 DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERNO

1004

SUBFACTURACIÓN DE CALZADO DE ENERO A AGOSTO 2014/2013



2014			
	Valor aduana	Pares	Part. Respecto al total
Total	259.471.264	32.588.990	
Precio inferior	20.841.028	12.923.631	40%
Precio referencia inferior con desviación del 20%	12.659.219	8.947.231	31%
Menor a un USD	4.031.764	6.228.003	19%

Fuente: DIAN.

2013			
	Valor aduana	Pares	Part. Respecto al total
Total	298.906.700	37.603.231	
Precio inferior	22.086.708	14.471.046	38%
Precio referencia inferior con desviación del 20%	12.880.676	10.731.615	29%
Menor a un USD	3.393.299	6.676.395	18%

Fuente: DIAN.

✓ El 40% de las importaciones registraron precios inferiores a los precios de referencia establecidos en circular 0025 de febrero de 2010.

✓ Al descontar el volumen de pares de calzado que ingresa con desviación superior al 20% de los precios de referencia, la participación es del 31%.

✓ El volumen de calzado que ingresa a precios inferiores a 1 USD/par es el 19% del total de las importaciones.

Versión Publica: _____
 Folio No. 327
 DIRECCION DE COMERCIO EXTERNO

folio 328

C.D.

MEDIAS DE DEFENSA
COMERCIAL DE OTROS
PAISES.

**ANEXO 21 -
MEDIDAS DE
DEFENSA
COMERCIAL OTROS
PAÍSES**

**ANEXO 18 -
IMPORTACIONES DE
ESTADOS UNIDOS**

China's footwear market

I. Market overview

1. As the disposable income of China's huge population continues to rise year after year and consumer demand for footwear of higher grades grows, sales in China's footwear market are not only enormous but are increasing steadily every year. According to the projection made by Euromonitor, in the next few years China's footwear market will continue to grow at a rate exceeding 10%. A market survey conducted by Euromonitor estimates that sales in China's footwear market in 2013 amounted to Rmb320 billion.

Footwear sales in 2008-2013 (Rmb million)

	2010	2011	2012	2013
Children's shoes	26,096.5	28,973.2	32,595.8	36,181.3
Men's shoes	84,862.4	96,217.5	104,587.9	114,837.5
Women's shoes	119,132.5	134,860.5	153,735.8	169,878.0
Total	230,091.5	260,051.1	290,919.4	320,896.8

Source: Euromonitor International

2. Urban residents are the major consumer group in the footwear market. In 2012, the per capita annual shoe consumption of middle-income households was higher than the national average, but in terms of absolute quantity, it was not much higher. Even the per capita shoe consumption of the highest income households was only 1.11 pairs more than the national average. Apparently, while people at the middle-income level or above possess considerable purchasing power, their shoe consumption remains small. Hence, the market has much room for further expansion.

**Per capita annual shoe consumption of urban residents in 2012,
 by income level**

(Unit: pair)

National average	Lowest income	Low income	Lower middle income	Middle income	Upper middle income	High income	Highest income
3.01	1.99	2.89	2.75	3.04	3.25	3.60	4.12

Source: China Statistical Yearbook 2013

3. Leather shoe market: Office workers are major consumers of leather shoes and they are now placing more emphasis on the design and styles of leather shoes. It is interesting to note that male and female consumers have totally different ideas when it comes to buying shoes. Men tend to attach more importance to traditional designs while women give more attention to trendiness. Generally speaking, the average number of pairs of shoes owned by female consumers is more than that owned by males.

4. According to a consumer survey on China's leather goods market conducted by the Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) earlier, the characteristics of footwear consumption on the mainland can be summarised as follows:
 - Leather shoes are probably the most popular leather goods and yet their rate of wear and tear is also the fastest. In the 12 months prior to the survey, almost all respondents (84.9%) have bought leather shoes, averaging 2.8 pairs. Both the proportion and average number of leather shoes bought in cities in eastern China are slightly higher than those in other regions.
 - To over 56% of the respondents, the most preferred leather material is sheepskin (lambskin), followed by cowhide (47.3%) and suede (26.9%).
 - In the 12 months preceding the survey, the average spending of the respondents on each pair of shoes was Rmb1,075. The average spending of people in cities in eastern China was the highest, reaching Rmb1,236.
 - Consumers visit leather goods stores frequently. Nearly 80% of the respondents visit these shops at least once each month, mostly during weekends or public holidays.
 - Where sales channels are concerned, over 50% of the respondents indicate that department stores are the most popular places for purchasing leather goods. Hong Kong companies wishing to set up new sales outlets may consider marketing their products alongside other leather goods brands in the same department store.

5. Plastic shoes market: The plastic shoes market on the mainland develops rapidly in recent years. According to a mainland business information website (askci.com), there were 527 plastic footwear manufacturing enterprises above the designated size in China in 2013. Plastic shoes mainly fall under three categories based on the materials used, namely plastic shoes with plastic uppers, plastic shoes with fabric uppers, and rubber shoes. Of the three, plastic sports shoes with fabric uppers are

China's footwear market

the mainstay.

6. Sports shoes market: Sports shoes can be classified into general sports shoes, professional training shoes and professional sports shoes according to their performance. The most common types include sneakers, travelling shoes, basketball shoes, football shoes, tennis shoes, skating shoes, hiking shoes, air shoes, and skateboard shoes. As sporting events are becoming more and more popular and people's awareness of fitness continues to increase, sports consumption has formed an integral part of people's spending. Among all items, sports shoes are the most important with strong brand effect. In recent years, apart from such brands as Nike, Adidas and Li Ning, domestic brands including 361 Degrees, Peak, Anta, CAN·TORP and Tread have been growing strong and developing fast, particularly in second- and third-tier cities.
7. China's outdoor market enjoys rapid growth in recent years as consumers are increasingly keen to take part in outdoor activities for the sake of both their physical and mental health. Meanwhile, the outdoor sports shoes market on the mainland is carved up by domestic, international and cross-sector sports brands. Product-wise, multi-functional outdoor shoes are very popular while performance-oriented hiking and walking shoes also sell well.
8. Leisure shoes market: As the concept of "leisure" is getting more and more important in the lives of Chinese consumers, the market for leisure shoes is also growing rapidly. "Trendiness" and "comfort" are the two main selling points of leisure shoes. Consumers of leisure shoes are mainly aged between 18 and 45, with students and office workers forming the mainstay. They are more demanding where brand culture and individuality are concerned.
9. Slippers market: Following the diversification of footwear trends and development of urban leisure, slippers are presenting themselves to consumers in novel forms. They have gradually evolved from being a traditional item to be worn at home to a fashionable item embracing the taste of modern urban trendsetters. As such, sales of "outdoor slippers" led by leisure slippers and fashion slippers have been growing rapidly.
10. Children's shoes market
 - There are around 15 to 20 million new-borns on the mainland every year. With the post-80s and post-90s reaching their child-bearing age, a new wave of demand for novelty children's shoes has spurred market development and generated new business opportunities.
 - In recent years, leading children's footwear brands have been attaching increasing importance to product quality. Meanwhile, children's footwear enterprises are placing greater emphasis on producing healthy shoes. Elements such as the style, quality and comfort of shoe products directly influence the buying decision of consumers.
 - Various adult footwear brands have made their way into the children's market in recent years. In addition to popular international brands such as Nike and Adidas, Chinese brands including Li Ning, Anta, 361 Degrees and Xtep have also entered the children's garment, footwear and accessories market. Apart

China's footwear market

from developing new profit growth areas, fostering future customers is also a main purpose of these domestic brands.

- Keen competition has led to the segmentation of the children's shoes market. Besides, the absence of a dominant brand means that industry players are able to expand market shares with continual improvement in their products and services.
11. As the "low-carbon, eco-friendly" trend is arousing more and more public attention, various brands in the footwear industry are launching "low carbon society" campaigns, with some of them introducing low-carbon product series featuring green raw materials, energy conservation and recyclability in a move to enhance their brand to attract consumers. Examples include low-carbon shoes, low-carbon green sports shoes, and low-carbon leisure shoes.
 12. Imports of selected footwear products in China in 2013:

China's footwear market

versión Pública: 333

Fecha: No.

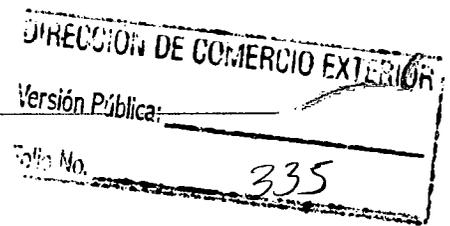
HS Code	Description	Import Value in 2013 (US\$ million)	YOY Change (%)
6401	Waterproof footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics, the uppers of which are neither fixed to the sole nor assembled by stitching, riveting, nailing, screwing, plugging or similar processes	3.19	37.6
6402	Other footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics	179.82	-10.1
6403	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of leather	1,207.08	15.0
64031200	Ski boots, cross-country ski footwear and snowboard boots	0.32	1.3
64031900	Other sports footwear	35.67	-10.3
64032000	Footwear with outer soles of leather, and uppers which consist of leather straps across the instep and around the big toe	11.60	-16.5
64035900	Other footwear, covering the ankle but not covering the knee	221.88	26.1
64039900	Other footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of leather	716.79	10.1
6404	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of textile materials	308.58	18.8
64041100	Sports footwear, tennis shoes, basketball shoes, gym shoes, training shoes and the like	11.14	-7.0
64041900	Other footwear with outer soles of rubber or plastics	270.46	17.9
64042000	Footwear with outer soles of leather or composition leather	26.98	46.2
6405	Other footwear	12.92	20.6

Source: Global Trade Atlas

II. Market competition

1. In the mainland footwear market, domestically-made shoe products are the dominating force. All in all, there are currently four major footwear industry clusters in the country, located mainly in the southeast coastal regions. The first is the Guangdong footwear industry base led by Guangzhou and Dongguan, with medium to high-end shoes being their major products. The second is the Zhejiang footwear industry base led by Wenzhou and Taizhou, which mainly produce medium to low-end men's shoes. The third is the western region footwear industry base led by Chengdu and Chongqing, where medium to low-end women's shoes are primarily produced. The fourth footwear industry base is led by Quanzhou and Jinjiang in Fujian, with sports shoes being the main products.

2. Competition in the mainland footwear market exists in three segments. First, import brands, which mainly come from the US and European countries such as Italy and Spain and they dominate the high-end market. Second, brands of Sino-foreign joint-venture enterprises, which mostly come from Hong Kong and Taiwan and, with their financial strength and design ability, they account for the lion's share of the medium-range market (however, in recent years, some domestic brands have also successfully established a presence in this market segment). Third, brands produced by the multitude of local manufacturers which occupy the low-end market.
3. More and more footwear enterprises have begun to devote great efforts to enhancing their technological and innovation capability in a bid to stay competitive and move further towards specialised production. Hence, it can be expected that new technology, new materials and new processes will see more application and development in the footwear industry. This will in turn propel the mainland footwear market to develop further in such areas as trendiness, superior quality and reasonable pricing. Meanwhile, enterprises which compete on costs will relocate their production to places that offer more competitive advantages. The footwear industry in Wenzhou, for example, has begun shifting to the western region of China.
4. While international brands have already penetrated the China market, many domestic enterprises are also starting to build their brands. A number of reputable local footwear brands have thus emerged, including Li Ning, Belle, Aokang, Anta and Daphne.
5. Intensifying competition has led to further segmentation of the market. All along, well-known international and domestic sports shoes brands have been focusing their efforts on adult products. But as competition grows increasingly steep, the market becomes further segmented, which in turn provides industry players with more room for market development. Some well-known international and domestic brands are adopting the segmentation strategy in a move to capture a bigger market share. This means footwear products will become more personalised and specialised and competition within the segmented market is set to heat up even further.
6. In recent years, especially after the Beijing Olympics in 2008, the sportswear and sports shoes industry is no longer dominated by international sporting goods brands. An increasing number of domestic sporting goods brands have become highly visible by taking part in activities ranging from sponsoring popular sporting events to inviting internationally and domestically renowned athletes to act as their ambassadors. These domestic sporting goods brands are rising rapidly and are ending the domination of foreign brands in the market.
7. Southeast Asian countries are gradually catching up with China with greater labour cost advantages and improving industry chains. However, as the capacities of these countries are limited and their industry chains have yet to be fully developed, China can still maintain its status as the world's factory for the time being. To boost competitiveness and create business opportunities, Chinese footwear enterprises have stepped up cooperation efforts with their Southeast Asian counterparts. To this end, the China-ASEAN Footwear Industry Cooperation Committee was formed on 8 June 2013.



III. Sales channels

1. Department stores, large shopping centres and warehouse-style shopping malls remain the leading footwear retail channels in China. Meanwhile, specialised stores and franchised stores have also been growing fast in recent years. The advantages of specialised stores include guaranteed brand image of footwear enterprises, fast capital return, and prompt and effective customer feedback. Their disadvantage is uniformity of products and brands. Despite that, many companies still use specialised stores as their sales channels, examples include famous brands Le Saunda and Aokang. Specialised stores are now a common sight in the mainland. In northern cities where consumers have the habit of frequenting department stores, footwear brands mainly adopt the shop-in-shop format to sell their products in this region.
2. In Wenzhou, the "footwear capital" of China, local trade associations have established a one-stop footwear products and services platform as a means to promote the city's footwear material and footwear manufacturing industry. The complex, named "China footwear and footwear material city", has by now drawn in some 430 tenants which are either carrying out furnishing work or have already started business. With a huge variety of footwear and footwear materials on offer, many of which are from famous brands, the shoe city attracts buyers from all parts of China and abroad. Such innovative marketplace can serve as a central trading platform and contribute to the sustained development of Wenzhou's footwear sector.
3. Currently many manufacturers have started to shift their product sales to hypermarkets where different types of shoes under different brands are grouped together and offered for sale under one roof. By so doing, they are replacing single brand specialised stores with diversified hypermarkets. Examples include Red Dragonfly's Valimart footwear supermarket and Aokang's Brands Shop. Hypermarkets usually sell the stocks of famous brands at lower prices, targeting at middle-aged and younger consumers.
4. Chain sales have a strong competitive edge in the footwear industry. Large-scale chain operation is becoming a popular business model adopted by many footwear enterprises. Examples include Calofu of Shenzhen and Darloro of Guangzhou.
5. The footwear industry is making its way into the emerging e-commerce market.
 - In August 2010, China's shoe website, www.cnxz.cn, launched an online wholesale mart jointly with a great number of mainland footwear enterprises. This online wholesale mart, operating in the form of online shops, fully integrates the rich resources of the supply, demand and value chains of the country's online and offline footwear industry players and provides a comprehensive business platform for footwear enterprises and traders by offering such services as specialised online display, brand promotion, online marketing, business matching and industry information dissemination.
 - Survey findings show that products most commonly bought by mainland consumers online are garments, footwear and headgear. Normally online shops would list the sizes of their products in detail and would display the

products in colour photos. Since most of the online garment and shoe shops offer free service of goods return, consumers can always make a purchase first and return the goods after they have received them and found them unsuitable. Some mainland consumers point out that as the number of physical stores selling garments and shoes is too big and the product styles offered are ever changing, it is impossible for them to visit each and every shopping mall and store to pick their favourite product. By contrast, online search engines can help consumers find what they want easily and quickly. They can also find out about the merits and demerits of the product from the comments made by other users.

6. Leading footwear marts housing large numbers of manufacturers and suppliers are important wholesale trading platforms for footwear products in the mainland. Examples include the footwear commercial district on Guangzhou's Zhanxi Road, Hehuachi footwear wholesale mart in Chengdu, Wenzhou shoe city and the specialised footwear wholesale mart on Changjiang Road, Changchun. Nowadays, the specialised footwear wholesale marts in various large cities are going upmarket and moving towards large-scale operation. This development helps to effectively enhance the grade of fashionable footwear and their influence on consumption. This can in turn attract more visitors to the marts and increase sales.
7. Trade fairs held in various places in China have become the best channel for enterprises to acquire the latest information on the development of the mainland footwear market.

Selected footwear and related product exhibitions in the mainland

Date	Venue	Exhibition
9-11 April 2014	Shanghai International Footwear Fair (SFF)	Shanghai New International Expo Center
1-3 May 2014	Spring Canton Shoes Fair & Canton Leather Shoes, Materials, Machinery Fair	Poly World Trade Expo Center, Pazhou, Guangzhou
11-13 May 2014	China (Wenling) Shoe Machinery, Shoe Material and Sewing Equipment Exhibition	Wenling Convention and Exhibition Center
16-18 May 2014	BLSE Shanghai International Footwear Fair	Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center
16-18 May 2014	China (Zhengzhou) Shoe Machinery and Shoe Material Exhibition	Zhengzhou International Convention and Exhibition Center
27-29 June 2014	China (Qingdao) International Leather, Shoe Machinery and Shoe Material Fair	Qingdao International Convention Center (9 Miaoling Road)
28-30 August 2014	China (Wenzhou) International Leather, Shoe Material and Shoe Machinery Fair	Wenzhou International Convention and Exhibition Center
26-28 November 2014	China (Jiaxing) Leather, Shoe Machinery and Shoe Material Fair	Jiaxing International Convention and Exhibition Center

IV. Import and trade regulations

China's footwear market

- Foreign companies wishing to enter the China footwear market should take note of the relevant standards in the mainland. Under the *Standardisation Law of the People's Republic of China* which came into force on 1 April 1989, there are four sets of standards with their effectiveness in descending order, namely national standard, industry standard, local standard and corporate standard. National standards are classified into mandatory standard and recommended standard, their standard codes are GB and GB/T respectively. Industry standards are also classified into mandatory standard and recommended standard, their standard codes are QB and QB/T respectively. Footwear falls under light industry. Local standards are mandatory standards enforced in administrative regions; while corporate standards apply internally within an enterprise. For enquiries on relevant standards, please visit the standards website operated by the Industry Coordination Department under the National Development and Reform Commission and the website of the Standardisation Administration of the People's Republic of China.¹
- In 2014, the tariff rates levied by China on selected imported footwear products are as follows:

HS Code	Description	Tariff rate (%)
6401	Waterproof footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics, the uppers of which are neither fixed to the sole nor assembled by stitching, riveting, nailing, screwing, plugging or similar processes	24
6402	Other footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics	10, 24
64031200	Ski boots, cross-country ski footwear and snowboard boots	24
64031900	Other sports footwear	15
64032000	Footwear with outer soles of leather, and uppers which consist of leather straps across the instep and around the big toe	24
64034000	Other footwear, incorporating a protective metal toe-cap	24
6404	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of textile materials	24
6405	Other footwear with uppers of leather or composition leather	15-24
6406	Parts of footwear (including uppers whether or not attached to soles other than outer soles); removable in-soles, heel cushions and similar articles; gaiters, leggings and similar articles and parts thereof	9, 15

Source: Customs Import and Export Tariff of the People's Republic of China 2014

- Under CEPA, on principle, all Hong Kong products manufactured in compliance with the rules of origin can enter the mainland market at zero tariff. As such, footwear products are entitled to zero tariff and Hong Kong companies stand to benefit from this arrangement in exploring the mainland market.
- Two national standards, Sports Footwear for Basketball and Volleyball (GB/T 24152-2009) and Testing Methods for Non-marking of Outer Soles of Rubber Shoes and Sports Shoes (GB/T 24129-2009), were implemented on 1 February 2010.

China's footwear market

5. Starting from 1 May 2011, a new set of standard, Rules for the Inspection of Footwear (SN/T 1309.1 – SN/T 1309.7 series), has been applied to the inspection of China's footwear imports and exports.
6. China has updated certain footwear product standards and related testing methods, as shown in the table below.

Testing Method/Standard				
	Standard Code	Standard Title	Replaced Standard	Executed Date
1	QB/T 2673-2013	Specifications for footwear labelling	QB/T 2673-2004	01/07/2014
2	QB/T 2674-2013	Rules for footwear fitting and inspection	QB/T 2674-2004	01/07/2014
3	QB/T 2881-2013	Footwear and footwear components - antibacterial properties and technical conditions	QB/T 2881-2007	01/07/2014
4	QB/T 4545-2013	Footwear material wear-resistance test method (Taber abrasion testing method)	-	01/07/2014
5	QB/T 4547-2013	Technical specifications for the thermal performance of leather footwear	-	01/07/2014
6	QB/T 4550-2013	Footwear - testing method for slide fasteners - burst strength	-	01/07/2014
7	QB/T 4551-2013	Footwear - testing method for slide fasteners - slider locking strength	-	01/07/2014
8	QB/T 4554-2013	Footwear - chemical testing method - determination of perfluorooctane sulfonate and perfluorooctanoate-LC-MS/MS	-	01/07/2014
9	QB/T 4555-2013	Footwear - chemical testing method - determination of acetophenone-GC/MS	-	01/07/2014
10	QB/T 4557-2013	Testing method for elastic footwear materials - fatigue resistance	-	01/07/2014
11	QB/T 4558-2013	Testing method for elastic footwear materials - tensile performance	-	01/07/2014
12	QB/T 4559-2013	Testing method for air ventilation devices used in footwear - air ventilation performance	-	01/07/2014

China's footwear market

Product Standard				
	Standard Code	Standard Title	Replaced Standard	Executed Date
1	QB/T 2676-2013	Stiffeners and toe-puffs for footwear - heat activated and solvent activated	QB/T 2676-2004	01/07/2014
2	QB/T 4544-2013	Top piece of leather shoes	QB/T 3643-1999	01/07/2014
3	QB/T 4546-2013	Children's leather sandals	-	01/07/2014
4	QB/T 4548-2013	Golf shoes	-	01/07/2014
5	QB/T 4549-2013	Skateboard shoes	-	01/07/2014
6	QB/T 4552-2013	Slippers	-	01/07/2014
7	QB/T 4553-2013	Lightweight hiking shoes	-	01/07/2014
8	QB/T 4556-2013	Snow boots	-	01/07/2014

1 Website on standardisation: <http://www.standardcn.com>
 (hosted by the Industry Coordination Department of the National Development and Reform Commission)
 Standardisation Administration of the People's Republic of China:
<http://www.sac.gov.cn>

Find this page at
<http://china-trade-research.hktdc.com/business-news/article/China-Consumer-Market/China's-footwear-market/ccm/en/1/1X000000/1X002MPH.htm>

Copyright©2014 Hong Kong Trade Development Council. Reproduction in whole or in part without prior permission is prohibited. While every effort has been made to ensure accuracy, the Hong Kong Trade Development Council is not responsible for any errors. Views expressed in this report are not necessarily those of the Hong Kong Trade Development Council.

**ANEXO 23 -
IMPORTACIONES
(ANEXO 9)**

VER CD EN ANEXO 11

**ANEXO 24 -
VARIABLES DE
DAÑO (ANEXO 10)**

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR

Versión Pública: _____

Folio No. 340



NOMBRE DE LA EMPRESA: CALIADO MIS DAMITAS
PRODUCTO INVESTIGADO: CALIADO ORNITICO - 6402

Unidades (países) y Múltiplos

VARIABLES (CÓDIGOS) Y UNIDADES	2010			2011			2012			2013		
	Enero	Julio	1234									
INGRESOS POR VENTAS (partes)												
COSTO DE VENTAS (partes)												
RENTA FISCAL EN EL OTRO ESTADO RESULTADOS (partes)												
UTILIDAD BRUTA (partes)												
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA %												
VOLUMEN DE PRODUCCION (partes)												
AUTOCONSUMO (partes)												
INVENTARIO EN VENTAS NACIONALES (partes)												
INVENTARIO EN EL PRODUCTO TERMINADO (partes)												
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTO TERMINADO (partes)												
PRODUCCION - con parámetros - SIEMPRE NACIONAL YOTA												
CAPACIDAD UTILIZADA EN LA UNIDAD (partes)												
USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA - % (D - SUPRO NACIONAL YOTA)												
VALOR DE EXPORTACIONES NACIONALES (partes)												
VOLUMEN DE EXPORTACIONES (partes)												
VALOR DE EXPORTACIONES NACIONALES (partes)												
SUMATORIA PRUEBA = 0												

CONFIDENCIAL

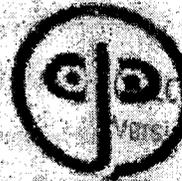
SUMATORIA PRUEBA: Para verificar que la información es correcta, la operación (Producción + Autoconsumo + Inventario inicial) - (Ventas + exportaciones + Inventario Final) = 0

CONTADOR PUBLICO
Nombre
T.P.N. [Signature]
FIRMA [Signature]

REVISOR FISCAL
Nombre
T.P.N. [Signature]
FIRMA [Signature]

UNIDAD
ADMINISTRATIVA
ESPECIAL

**JUNTA CENTRAL
DE CONTADORES**



MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR
Y TURISMO

Certificado Nro:

8474001509470002

LA REPUBLICA DE COLOMBIA
MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL
JUNTA CENTRAL DE CONTADORES

**CERTIFICA A:
QUIEN INTERESE**

Que el contador público **DARVIS ORTIZ VALDERRAMA** identificado con **CEDULA DE CIUDADANIA** No 93132904 de **ESPINAL (TOLIMA)** Y Tarjeta Profesional No 96224-T SI tiene vigente su inscripción en la Junta Central de Contadores y desde los últimos 5 años.

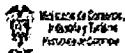
NO REGISTRA ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS

Dado en **BOGOTA** a los 27 días del mes de Octubre de 2014 con vigencia de (3) Meses, contados a partir de la fecha de su expedición.

DIRECTOR GENERAL

ESTE CERTIFICADO DIGITAL TIENE PLENA VALIDEZ DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 2 DE LA LEY 527 DE 1999 DECRETO 1747 DEL 2000 Y ARTICULO 5 PARAGRAFO 3 DE LA LEY 962 DEL 2005

Para confirmar los datos y veracidad de este certificado, lo puede consultar en la página web www.jcc.gov.co digitando el número del certificado



NOMBRE DE LA EMPRESA: ADOLFO JOSÉ DÍAZ SALGUERO - CALZADO CHRISTIAN
 PRODUCTO INVESTIGADO: CALZADO SINTÉTICO

Eventos (pares) y Miles de Pesos

VARIABLES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS	2010			2011			2012			2013			2014
	Enero - Junio	Julio - Diciembre	TOTAL	Enero - Junio	Julio - Diciembre	TOTAL	Enero - Junio	Julio - Diciembre	TOTAL	Enero - Junio	Julio - Diciembre	TOTAL	Enero - Junio
INGRESOS POR VENTAS NETAS - (1 000 \$)													
COSTO DE VENTAS - (1 000 \$)													
PRECIO NOMINAL IMPLÍCITO EN EL ESTADO RESULTADOS - (\$/par)													
UTILIDAD BRUTA (1000 \$)													
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA %													
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (pares)													
AUTOCONSUMO (pares)													
VOLUMEN DE VENTAS NACIONALES (pares)													
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)													
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)													
PRODUCTIVIDAD - (con par trabajador - \$/PROD NACIONAL TOTAL													
CAPACIDAD INSTALADA ASIGNADA AL PRODUCTO (pares)													
USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA - % (2) - \$/PROD NACIONAL TOTAL													
EMPLEO DIRECTO (o empleados promedio)													
VOLUMEN DE EXPORTACIONES (pares)													
SALARIOS PERSONALES MENSUALES - Por trabajador (1000 \$)													
SUPERAVÍA PRESBA # 0													

CONFIDENCIAL

SUMATORIA PRUEBA: $PROD_{neto} - (Invent_{inicial} - Invent_{final}) - (Ventas + Exportaciones + Invent_{final}) = 0$

CONTADOR PÚBLICO

Nombre

T.P.N°

FIRMA

Adolfo José Díaz Salguero

REVISOR FISCAL

Nombre

T.P.N°

FIRMA

Adolfo José Díaz Salguero

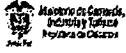
201

214

DIRECCION DE COMERCIO EXTERNO

Versión Pública: _____

Folio No. 349



NOMBRE DE LA EMPRESA: STANTON S.A.S.
PRODUCTO INVESTIGADO: CALZADO SINTETICO - 8402

En unidades (pares) y Miles de Pesos

SECRETARÍA GENERAL DE
COMERCIO EXTERNO

2014 NOV 26 A 10:43

SECRETARÍA GENERAL DE COMERCIO EXTERNO

VARIABLES ECONÓMICAS / FINANCIERAS	2010			2011			2012			2013			2014
	ENERO	AGO	TOTAL										
	Julio	Octubre		Julio	Octubre		Julio	Octubre		Julio	Octubre		
INGRESOS POR VENTAS NETAS - (000 \$)													
COSTO DE VENTAS - (000 \$)													
PRECIO NOMINAL (IMPORTE EN ESTADO RESULTADOS - \$/par)													
UTILIDAD BRUTA (000 \$)													
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA %													
VOLUMEN DE PRODUCCION (pares)													
AUTOCONSUMO (pares)													
VOLUMEN DE VENTAS NACIONALES (pares)													
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)													
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)													
PRODUCTIVIDAD - ton por trabajador \$/PROD NACIONAL TOTAL													
CAPACIDAD INSTALADA ASIGNADA AL PRODUCTO (pares)													
USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA - % (I) - \$/PROD NACIONAL TOTAL													
EMPLEO DIRECTO (n empleados promedio mes)													
VOLUMEN DE EXPORTACIONES (pares)													
SALARIOS NOMINALES MENSUALES - Por trabajador (000 \$)													
SUMATORIA PRUEBA - 0													

CONFIDENCIAL

SUMATORIA PRUEBA: Para verificar que la información es correcta, la operación (Producción + Autoconsumo + Inventario Inicial) + (Ventas + exportaciones + Inventario Final) = 0

REPRESENTANTE LEGAL
Nombre: JAIMI A. HERNANDEZ
CC: 78.156.431
FIRMA:

CONTADOR PUBLICO
Nombre: JAIRO R. GARCIA R.
T.P.N°: 155.824-7
FIRMA:

REVISOR FISCAL
Nombre: JAIRO MARTIN VALDES
T.P.N°: 41.915-T
FIRMA:

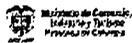
**ANEXO 25 -
INFORMACIÓN
SOBRE
INVENTARIOS,
PRODUCCIÓN Y
VENTAS (ANEXO 11)**

217

DIRECCIÓN DE COMERCIO EX

Versión Pública: _____

Folio No. 345



INFORMACIÓN SOBRE INVENTARIOS, PRODUCCIÓN Y VENTAS

Nombre de la Empresa: ADOLFO JOSÉ ESPINOSA SOLORZANO - CALZADO CROSTIAN

PERIODO DE LA INFORMACIÓN: [] 1. 1. 2011 [] 2. 2. 2011 [] 3. 3. 2011 [] 4. 4. 2011 [] 5. 5. 2011 [] 6. 6. 2011 [] 7. 7. 2011 [] 8. 8. 2011 [] 9. 9. 2011 [] 10. 10. 2011 [] 11. 11. 2011 [] 12. 12. 2011

CATEGORÍA	SISTEMA		SISTEMA											
	VALOR	VALOR	VALOR											
VENTAS														
INVENTARIO INICIAL														
PRODUCCIÓN														
INVENTARIO FINAL														
VENTAS NACIONALES														
VENTAS EN EL EXTERIOR														
AUTOCONSUMOS														

CONFIDENCIAL

ALFONSO A. PRILETTA

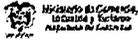
CONTADOR PÚBLICO
 Nombre: *[Signature]*
 T.P.N. 146182
 FIRMA

REVISOR FISCAL
 Nombre: *Adolfo José Espinosa Solorzano*
 T.P.N. 2213439101
 FIRMA: *[Signature]*

DIRECCION DE COMERCIO EXTERNO

Versión Pública: _____

Folio No. 346



INFORMACIÓN SOBRE INVENTARIOS, PRODUCCIÓN Y VENTAS

NOMBRE DE LA EMPRESA:

STANTON S.A.S.

PERÍODO DE LA INFORMACIÓN:

31/03/2011 - 31/03/2011

INVENTARIO INICIAL
PRODUCCIÓN
INVENTARIO FINAL
VENTAS NACIONALES
VENTAS EN EL EXTERNO
AUTOCONSUMO

VOLUMEN	VALOR (MILLONES)						
---------	------------------	---------	------------------	---------	------------------	---------	------------------

CONFIDENCIAL

SUMATORIA PRUBA = 0

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre: RAFAEL A. HERNANDEZ
CC: 79.156.411

FIRMA:

CONTADOR PUBLICO

Nombre: JAIRO GALINDO
T.P.N°: 1333367

FIRMA:

REVISOR FISCAL

Nombre: JAIRO MARTIN VARGAS
T.P.N°: 412177

FIRMA:

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
Versión Pública: _____
Folio No. 348



ESTADÍSTICA DE LAS IMPORTACIONES, EXPORTACIONES Y VENTAS

País de Origen:

Calidad de las Drogas

Cuentas	2010 - Enero		2010 - Febrero		2010 - Marzo		2010 - Abril		2010 - Mayo		2010 - Junio	
	VOLUMEN (en millones de \$)	VALOR (en millones de \$)	VOLUMEN (en millones de \$)	VALOR (en millones de \$)	VOLUMEN (en millones de \$)	VALOR (en millones de \$)	VOLUMEN (en millones de \$)	VALOR (en millones de \$)	VOLUMEN (en millones de \$)	VALOR (en millones de \$)	VOLUMEN (en millones de \$)	VALOR (en millones de \$)
CONFIDENCIAL												

ALMACEN PARALELO

COMISARIO FISCAL
Nombre
Apellido
E.P.R.

REVISOR FISCAL
Nombre
E.P.R.

**ANEXO 26 -
ESTADO DE COSTOS
Y RESULTADOS
(ANEXO 12)**

DIRECCION DE COMERCIO EXTERNO

Versión Pública:

Folio No. 350



MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS
CORPORACION FINANCIERA Y DE SEGUROS

ESTADO	SECTOR AGRARIO			SECTOR MINERO			SECTOR INDUSTRIAL			SECTOR SERVICIOS			SECTOR FINANCIERO		
	Exportado	Importado	Balance	Exportado	Importado	Balance	Exportado	Importado	Balance	Exportado	Importado	Balance	Exportado	Importado	Balance
CONFIDENCIAL															

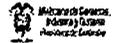
14683-T

Adolfo...
CC 134 93101
[Signature]

DIRECCION DE COMERCIO EXTERNO

Versión Pública: _____

Folio No. 351



NOMBRES DE LA EMPRESA: ADOLFO JOSE DIAZ SALCIZO - CALZADO CERRITAS

PRODUCTO EN ESTADISTICA CASADO REVISTICO - 447

DESCRIPCION DE LA INFORMACION	2010 I semestre				2010 II semestre				2011 I semestre				2011 II semestre			
	Particular	Importe	Otros productos	Total	Particular	Importe	Otros productos	Total	Particular	Importe	Otros productos	Total	Particular	Importe	Otros productos	Total
Cuentas Nuevas																
Cuentas de Tránsito																
EFECTIVIDAD EN LAS CUENTAS																
Cuentas de Ventas																
Cuentas de Adquisiciones																
EFECTIVIDAD OPERACIONAL																
OTROS ENDERESOS																
Requisitos																
Aplicaciones																
Requisitos																
Total otros Endersos																
OTROS ENDERESOS																
Requisitos																
Aplicaciones																
Requisitos																
Total otros Endersos																
EFECTIVIDAD EN LAS CUENTAS																
Cuentas de Ventas																
Cuentas de Adquisiciones																
EFECTIVIDAD OPERACIONAL																

CONFIDENCIAL

COSTADOR PUBLICO
Nombre: *[Signature]*
F.P.N°: *461801*
FIRMA

REVISOR FISCAL *Adolfo José Díaz Salvo*
Nombre: *[Signature]*
F.P.N°: *603030101*
FIRMA

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 Versión Pública: _____
 Folio No. 352



MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS
 MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR
 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

DESCRIPCION DE LA OPERACION	2012 I (Enero)				2012 II (Enero)				2012 III (Enero)				2012 IV (Enero)			
	Recepción	Envío	Com. exterior	Total	Recepción	Envío	Com. exterior	Total	Recepción	Envío	Com. exterior	Total	Recepción	Envío	Com. exterior	Total
CONFIDENCIAL																

COPIA DE LA OPERACION
 FECHA: _____
 TIPO: _____
 MONEDA: _____

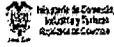
ADJUNTO FISCAL
 NOMBRE: Adolfo José Díaz Salgado
 C.R.N.: _____
 FIRMA: *[Signature]*

227

DIRECCION DE COMERCIO EXTERNO

Versión Pública: _____

Folio No. 354



NOMBRE DE LA EMPRESA: STANTON S.A.S.

TEMA DE LA INFORMACION	2012	2013	2014
CUENTAS			
Valor Neto			
Costo de Ventas			
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			
Costos de Ventas			
Costos de Administración			
UTILIDAD OPERATIVA			
OTROS INGRESOS			
Intereses			
Activos Financieros			
Ingresos Varios			
Total otros Ingresos			
OTROS GASTOS			
Impuestos en el lado Pasivo y otros			
OTRO			
Valores Negativos			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			
Impuestos Diferidos			
Impuestos de Ingresos			
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			

CONFIDENCIAL

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR

Versión Pública: _____

Folio No. 355



NOMBRE DE LA EMPRESA: STANTON S.A.S.

FORMA DE LA INFORMACION	ESTADO		FECHA		VALOR		MONEDA		TIPO DE OPERACION		OTROS DATOS	
	Operación	Estado	Inicio	Fin	Operación	Operación	Operación	Operación	Operación	Operación	Operación	Operación
OPERACIONES DE EXPORTACION												
OPERACIONES DE IMPORTACION												
OPERACIONES DE TRANSITO												
OPERACIONES DE TRANSITO DE MERCADERIAS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE PASAJEROS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE VEHICULOS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE MAQUINARIAS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE EQUIPOS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE MOBILIARIOS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE ARQUITECTURA												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE INGENIERIA												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE DISEÑO												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE CONSULTORIA												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE SERVICIOS												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE ALQUILER												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE MANTENIMIENTO												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE REPARACION												
OPERACIONES DE TRANSITO DE OBRAS DE OTRAS ACTIVIDADES												

CONFIDENCIAL

GOBIERNO DE COLOMBIA
 MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS
 DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 BOGOTA

[Signature]

GOBIERNO DE COLOMBIA
 MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS
 DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 BOGOTA

[Signature]

GOBIERNO DE COLOMBIA
 MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS
 DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
 BOGOTA

[Signature]

DIRECCION DE COMERCIO

Versión Pública:

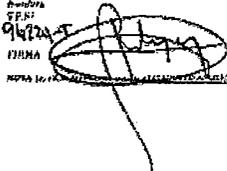
Folio No. 358

Ministerio de Comercio
Industria y Turismo
Cuentas de la Empresa Calzado Más Baratas
Producto Investigativo: Lanzado al Mercado (LMI)

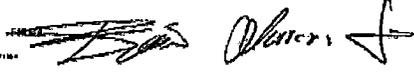
Cuentas	2011 - I SEMESTRE			2011 - II SEMESTRE			2011 - I SEMESTRE			2011 - II SEMESTRE		
	Nacional	Exterior	Otros	Nacional	Exterior	Otros	Nacional	Exterior	Otros	Nacional	Exterior	Otros
MEDIO DE LA EMPRESA			TOTAL DE LA EMPRESA (1) + (2) + (3)			TOTAL DE LA EMPRESA (1) + (2) + (3)			TOTAL DE LA EMPRESA (1) + (2) + (3)			TOTAL DE LA EMPRESA (1) + (2) + (3)
Materia prima (A)												
Costos indirectos												
Costos de fabricación												
Costos de distribución												
Costos de venta												
MEDIO DE LA INDUSTRIA												
Materia prima (A)												
Costos indirectos												
Costos de fabricación												
Costos de distribución												
Costos de venta												
MEDIO DE LA EXPORTACION												
Materia prima (A)												
Costos indirectos												
Costos de fabricación												
Costos de distribución												
Costos de venta												
MEDIO DE LA IMPORTACION												
Materia prima (A)												
Costos indirectos												
Costos de fabricación												
Costos de distribución												
Costos de venta												
TOTAL COSTOS Y PRODUCTOS VENDIDOS												

CONFIDENCIAL

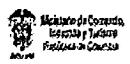
SEÑAL DE PUNTERO
Número
FF.N
9477
Firma



REVISORA FISCAL
Número
1858
Firma



DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
Versión Pública 360
Folio No.



MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y TURISMO
NOMBRE DE LA EMPRESA: CALZADO MISDIMITAS
PRODUCTO INVESTIGADO: CALZADO SINTETICO - 6402

PERIODO DE LA INFORMACIÓN:	2012 I semestre				2012 II semestre				2013 I semestre				2013 II semestre				2014 I semestre				
	Nacional	Exterior	Otros	Total	Nacional	Exterior	Otros	Total	Nacional	Exterior	Otros	Total	Nacional	Exterior	Otros	Total	Nacional	Exterior	Otros	Total	
CUENTAS																					
Ventas Netas																					
Costo de Ventas																					
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS																					
Costo de Ventas																					
Costo de Administración																					
UTILIDAD OPERACIONAL																					
OTROS INGRESOS																					
Ingresos																					
Asesoramiento																					
Escriorios Virtuales																					
Total otros ingresos																					
OTROS EGRESOS																					
Gastos en Divulgación de Noticias y relaciones																					
Gastos																					
Total otros egresos																					
UTILIDAD NETA DE EMPLERADOS																					
Comercio Exterior																					
Industria de Bienes																					
CITADANO (PERDIDA) DEL EJERCICIO																					

CONFIDENCIAL

CONTADOR PUBLICO
Nombre
TPN#
96224-T.
FIRMA

REVISOR FISCAL
Nombre
TPN#
FIRMA

**ANEXO 27 -
ESTADOS
FINANCIEROS**

234

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
Versión Pública: _____
Folio No. 361 - 377

**17 FOLIOS
CONFIDENCIALES
SOBRE LOS ESTADOS
FINANCIEROS**

**ANEXO 28 -
VARIABLES DE
DAÑO
CONSOLIDADA**

36

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR
Versión Pública: _____
Folio No. 378



EMPRESA DE LA EMPRESA: STANTON • CAIZADO CHRISTIAN • 825 DAMITAS
PRODUCTO INVESTIGADO: CALZADO SINTETICO

En Unidades (pares) y Miles de Pesos

VARIABLES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS	2011			2012			2013		
	Enero - Mayo	Junio - Diciembre	TOTAL	Enero - Junio	Julio - Diciembre	TOTAL	Enero - Junio	Julio - Diciembre	TOTAL
INGRESOS POR VENTAS NETAS - (C000 S)									
COSTO DE VENTAS - (C000 S)									
PRECIO PROMEDIO IMPLÍCITO DE ESTADO RESULTADOS - (\$/par)									
UTILIDAD BRUTA (C000 S)									
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA %									
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (pares)									
AUTOCONSUMO (pares)									
VOLUMEN DE VENTAS NACIONALES (pares)									
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)									
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)									
PRODUCTIVIDAD - kilo por trabajador - S/PROD NACIONAL TOTAL									
CAPACIDAD INSTALADA ASIGNADA AL PRODUCTO (pares)									
USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA - % (2) - S/PROD NACIONAL TOTAL									
EMPLEO BRUTO (en empresas encuestadas)									
VOLUMEN DE EXPORTACIONES (pares)									
SALARIOS NOMINALES INDIVIDUALES - Por trabajador (C000 S)									

CONFIDENCIAL



DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
Versión Pública: _____
Folio No. 379

ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS - NIT. 830.057.135-2

Bogotá D.C., Diciembre de 2014

Doctora
ELOISA FERNANDEZ DE DELUQUE
Subdirectora de Prácticas Comerciales
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Calle 28 No. 13 A - 15, piso 16
Bogotá D.C.



MinCIT

1-2014-025812 ANE:510 FOL:2
2014-12-24 09:03:26 AM
TRA:CORRESPONDENCIA INFORMATIVA
SUBDIRECCION PRACTICAS COMERCIA
LES

Referencia: *Solicitud de aplicación de derechos antidumping a las Importaciones de Calzado de Capellada Textil.*

Respetada Dra. Fernández,

Yo, **LUIS GUSTAVO FLÓREZ ENCISO**, en mi calidad de Representante Legal de la **ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS - ACICAM**, identificado con cédula de ciudadanía No. 17.057.568, condición que acredito con el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá, que se adjunta a la presente solicitud, me dirijo a este Ministerio - Dirección de Comercio Exterior-, para que con base en lo estipulado en el Decreto 2550 de 2010, se disponga lo siguiente:

- En aplicación de las disposiciones del Decreto 2550 de 2010, disponga la apertura de una investigación administrativa con el fin de imponer un derecho antidumping a la totalidad de las importaciones hacia Colombia de calzado de capellada textil clasificadas por las subpartidas arancelarias 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00 y 6405.20.00, las cuales se han realizado a precios de dumping causando con ello un daño a la rama de producción nacional a la que pertenecen las empresas representadas por ACICAM.

Handwritten signature and date: Dec 26, 2014

ANTIOQUIA
TEL: 4-3120184 - 4-3120116
medellin@acicam.org

BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
Pbx: 1-2816400 - Ext: 114-122
bogota@acicam.org

NORTE DE SANTANDER
TEL: 7-5710234
cucuta@acicam.org

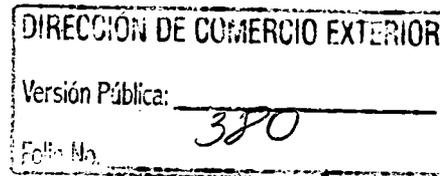
SANTANDER
TELS: 7-6954949 - 7-6954954
bucaramanga@acicam.org

VALLE DEL CAUCA
TELS: 2-3166641 - 2-3731787
call@acicam.org

de Nacional Cra. 4A N° 26A-71 - PBX: 1-2816400 - FAX: 1-3418995 - Síguenos en Twitter: <http://twitter.com/acicam> Facebook: <https://www.facebook.com/acicamcolombia>

www.acicam.org www.ifls.com.co www.eici.com.co





ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS - NIT. 830.057.135-2

- Como consecuencia de lo anterior, solicito que durante y al final de dicha investigación se ordene la imposición de derechos antidumping provisionales y definitivos sobre las importaciones de calzado de capellada textil clasificadas por las subpartidas mencionadas.
- Los requisitos de hecho y de Derecho requeridos por el Decreto 2550 de 2010 se encuentran descritos en el documento anexo.

Cordialmente,

LUIS GUSTAVO FLÓREZ ENCISO

C.C. 17.057.568

Representante Legal

Asociación Colombiana de Industriales del Calzado,
el Cuero y sus Manufacturas - ACICAM.

DIRECCION DE COMERCIO EXTE.

Versión Pública: _____

Folio No. _____

381

SOLICITUD IMPOSICIÓN DERECHOS ANTIDUMPING**CALZADO DE CAPELLADA TEXTIL****VERSIÓN PÚBLICA****1. PETICIONARIO**

Razón social: ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO, EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS (en adelante "ACICAM").

NIT. 830.057.135-2.

Dirección: Carrera 4 A No. 26 A - 71.

Ciudad: Bogotá D.C.

Teléfono(s): 57 1 2816400

Telefax No: 57 1 3418995

Correo electrónico: presidencia@acicam.org

Objeto social según certificado de existencia y representación legal

ACICAM tiene por objeto la protección, desarrollo, tecnificación, dignificación y en general, el engrandecimiento de la industria colombiana del calzado, la marroquinería, los insumos para su fabricación y entidades afines dentro y fuera del territorio nacional.

Representante legal: Luis Gustavo Flórez Enciso, identificado con cédula de ciudadanía No. 17057568.

Nombre y cargo de la persona encargada de atender el asunto objeto de esta solicitud:

La persona encargada de atender el asunto objeto de esta solicitud es el representante legal de ACICAM, Luis Gustavo Flórez Enciso, con dirección de notificación: Calle 98 No. 22-64 y teléfono: 6511511.

Accionistas y participación en la propiedad.

No aplica, debido a que la peticionaria es una asociación gremial.

Certificado de existencia y representación legal de las empresas solicitantes

El certificado de existencia y representación legal de ACICAM se presenta en esta solicitud bajo el Anexo No. 1.

Petición de la solicitud por parte de un gremio.

Si bien la solicitud es presentada por ACICAM, a través de su apoderado, otras entidades gremiales del calzado, que agrupan diferentes empresas del sector del calzado, han manifestado su apoyo a la solicitud:

- La **ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES VALLECAUCANOS DEL CALZADO, CUERO SUS MANUFACTURAS E INDUSMOS -UNIVAC**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Gustavo Adolfo Vivas, Director de UNIVAC, de fecha julio 21 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 2.
- La **ASOCIACIÓN NACIONAL DEL SECTOR DEL CALZADO, EL CUERO Y AFINES - ANSECALZ & AFINES**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Lorena Valencia Silva, representante legal de ANSECALZ & AFINES, de fecha agosto 4 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 2.
- Finalmente, los **INDUSTRIALES DEL CALZADO Y SIMILARES DE FLORIDABLANCA - INCAL**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Eulises Dueñas Acuña, representante legal de INCAL, de fecha agosto 28 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 2.
- Los empresarios adscritos al **CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES ZASCA** manifestaron su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por todos ellos, de fecha agosto 28 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 2.

De la misma forma, empresas no participantes en la solicitud, de manera individual, han manifestado su apoyo a la misma:

- La sociedad **HENRY MOUSE LTDA**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Luis Enrique Molano Alejo, representante legal de HENRY MOUSE LTDA, de fecha agosto 4 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- El establecimiento **MANUFACTURAS ROBERTO VILLARRAGA GARCÍA**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Roberto Villarraga García, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- El establecimiento **LE PETIT**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Saúl Sánchez, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La empresa **MANUFACTURAS DISSAN SAS**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Yenny Constanza Sanchez, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La empresa **M.C.S. COMERCIALIZADORA**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Hernando Rubén, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La empresa **CALZADO MEGONI**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Luis Albero Mesa, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La empresa **PECONS**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Pedro López, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- El establecimiento **PIELBEGINO**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Víctor Manuel Pérez, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La empresa **BORSY**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Alberto Sierra, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.

- La empresa **ZAPATOS PASARELLA**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por su representante legal Ricardo Medina, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- El establecimiento **CREACIONES STILMED**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Juan Medina, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- El establecimiento **CALZADO SHERATY**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Katian Julady Rendón, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La sociedad **VICTOR NARVAEZ ZAPATOS Y BOTAS**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Víctor Narváez, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.
- La sociedad **CALZADO LA RED**, manifestó su apoyo a la petición que aquí nos ocupa mediante comunicación suscrita por Judith Rodríguez, de fecha septiembre 1 de 2014, la cual se adjunta bajo el Anexo No. 3.

CONFIDENCIALIDAD

Solicitamos mantener la debida reserva de confidencialidad, prevista en el Artículo 44 del Decreto 2550 de 2010, comoquiera que en el presente documento incluimos información sensible sobre las compañías peticionarias, cuyo conocimiento y divulgación por parte de terceros afectaría negativamente su desempeño.

Se trata de información comercial, económica y financiera de alta relevancia para el desenvolvimiento normal de las actividades de las compañías aquí relacionadas.

En la versión pública se aportarán los resúmenes no confidenciales de los documentos señalados, en los casos en que esto ha sido posible.

En esta versión confidencial se aporta enteramente la información marcada como confidencial en el documento de versión pública.

2. REPRESENTATIVIDAD

- i. Rama de la producción nacional de calzado de capellada textil, la participación porcentual de ésta en la producción nacional total, y de cada uno de los referidos productos.

La presente solicitud versa sobre las importaciones de calzado de capellada textil originarias de la República Popular de China (en adelante "China"), que se clasifican bajo las subpartidas 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00 y 6405.20.00 (se exceptúa el calzado con la parte exterior de materia textil, el calzado para bebé y el calzado para ser usado una sola vez).

De acuerdo con el Artículo 21 del Decreto 2550 de 2010, la peticionaria debe agrupar más del 50% de la industria nacional del sector específico, en este caso de calzado de capellada textil.

Según información de ACICAM la producción nacional estimada de calzado alcanzó un nivel de fabricación de 42 millones de pares para el año 2013, de esta cifra la Encuesta Anual Manufacturera del DANE únicamente registra un 50% del total de la información. Lo anterior toda vez que el DANE no recopila información de un grupo importante de medianas y pequeñas empresas, en las cuales se concentra un volumen significativo de producción.

En el año 2012 la Encuesta únicamente presentó información de aproximadamente 195 empresas fabricantes de calzado en Colombia, cuando según el Plan de Negocios (Ver Anexo No. 4) del sector Calzado elaborado por el Programa de Transformación Productiva, en el país existen más de 4.400 establecimientos dedicados a la fabricación de calzado, la mayoría de ellos con menos de 10 empleados, informales y no afiliadas a ninguna agremiación.

Al comparar la información de las empresas afiliadas a ACICAM con la información del DANE vemos que, la primera cuenta con un % de la información que posee el DANE a través de la Encuesta. De allí que se presenta la mejor información disponible con la que cuenta el peticionario.

El porcentaje de participación de ACICAM respecto de la información del DANE, se presente en el siguiente cuadro:

Producción de calzado con nuevos valores de producción en los anexos y EAM actualizada

CATEGORIA	PARTIDA	PRODUCCIÓN EN PARES EMPRESAS	NUMERO DE EMPRESAS PRODUCTOR	EAM DANE 2012	REPRESENTATIVIDAD
	A				AD

		ACICAM (a)	AS ACICAM		
FULL INYECTION	6401				
PLASTICO, SINTETICO	6402				
CUERO	6403				
TEXTIL	6404				
LOS DEMAS	6405				
TOTAL					

Fuente: DANE-EAM

(a) Corresponde a la información de producción capturada de una muestra de 133 empresas que reportaron información entre los años 2008 y 2012

De este modo, las cifras de producción certificadas por ACICAM, en el documento adjunto en el Anexo No. 5, los porcentajes de participación de las peticionarias son los siguientes:

Producto	Empresa Solicitante	Participación	Producción (Pares de zapatos)
Calzado de capellada textil	Venus Colombiana S.A.		
	Total		

Nota: El total presentado corresponde a las cifras totales de producción certificadas por ACICAM para el año 2013 de sus afiliadas.

Las cifras reportadas por ACICAM representan una fuente idónea para acreditar la representatividad de las empresas por cuanto los datos aportados por ACICAM corresponden a las cifras que las empresas afiliadas, de forma directa, han aportado.

La representatividad de la peticionaria en la rama de la producción nacional de los bienes objeto de la presente solicitud, se acredita con las siguientes fuentes y pruebas:

- (i) Certificado de Existencia y Representación Legal de la empresa "Venus Colombiana S.A.", que se aporta bajo el Anexo No. 6.

- (ii) Las páginas web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en la cual se relacionan las productoras nacionales de los productos en comento, que se clasifican por la subpartidas arancelaria 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00 y 6405.20.00.

La impresión de las páginas web referidas se aporta como Anexo No. 7.

- (iii) Documento suscrito por el señor Luis Gustavo Flórez, representante legal de ACICAM, mediante el cual se relacionan los volúmenes de producción de las empresas afiliadas, en pares de calzado en capellada textil. Esta comunicación se aporta bajo el Anexo No. 5 de la presente solicitud.
- (iv) Certificado de participación accionaria de Venus Colombiana S.A. en ACICAM, el cual se aporta bajo el Anexo No. 8.

En adición a lo anterior vale la pena destacar que la presente solicitud es apoyada por otras agremiaciones de calzado, las cuales han manifestado su preocupación por la situación de la industria:

- (i) Asociación Nacional del Sector del Calzado el Cuero y Afines - ANSECALZ & AFINES: Cuenta con 26 empresas afiliadas fabricantes de calzado.
- (ii) Asociación de Industriales Vallecaucanos del Calzado, Cuero sus Manufacturas e Insumos - UNIVAC: Cuenta con 105 empresas afiliadas fabricantes de calzado.
- (iii) Los Industriales del Calzado y Similares de Floridablanca - INCAL: Cuenta con 54 empresas afiliadas fabricantes de calzado.
- (iv) El Centro de Servicios Empresariales - ZASCA: Cuenta con 113 empresas afiliadas fabricantes de calzado.

En sus comunicaciones, las anteriores agremiaciones resaltan la importancia de la presente solicitud para impedir un mayor daño y afectación al sector empresarial de fabricantes de calzado.

Conforme a lo anterior, se concluye que para la categoría de calzado de capellada textil la rama de producción cuenta con la representatividad requerida por el Decreto 2550 de 2010, para la apertura de la investigación, toda vez que, tal como se mencionó con anterioridad, se acredita que la solicitante cuenta con más del 50% de participación en la totalidad de la producción nacional certificada por ACICAM.

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR.	
Versión Pública:	_____
Folio No.	388

3. INFORMACIÓN SOBRE LOS IMPORTADORES. Nombre, domicilio, número telefónico, número de fax, dirección electrónica y NIT de los importadores en cuestión.

En el Anexo No. 9 se relaciona la información de los importadores de calzado textil, con su nombre, domicilio, número telefónico, número de fax, dirección electrónica y NIT.

4. INFORMACIÓN SOBRE LOS EXPORTADORES. Nombre, domicilio, dirección electrónica, número telefónico y de fax del (de los) productor(es), manufacturero(s) o exportador(es) extranjero(s) del (de los) producto(s) considerado(s) en su solicitud.

En el Anexo No. 10 se relaciona la información de los exportadores de calzado textil, con su nombre, número telefónico y dirección electrónica

5. INFORMACIÓN SOBRE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES EN COLOMBIA DE LOS BIENES OBJETO DE LA SOLICITUD.

- i. Nombres, razón social, NIT, domicilio, dirección electrónica, número telefónico y de fax de los usuarios o consumidores finales conocidos del (de los) producto(s) considerado(s) en su solicitud.**

Debido a que los productos objeto de investigación se comercializan a través de distribuidores y que es ésta la mejor información disponible con la que cuentan las empresas participantes en la solicitud, haremos referencia únicamente a los consumidores intermedios de los productos, discriminándolos por las categorías seleccionadas para hacer el análisis de similitud.

- ii. Nombre, razón social, NIT, domicilio, dirección electrónica, número telefónico y de fax de los usuarios o consumidores intermedios del (de los) producto(s) considerado(s) en su solicitud. Utilice el siguiente formato para cada producto.**

En el Anexo No. 11 se aporta una lista de los consumidores intermedios de calzado textil.

6. SIMILITUD E IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

i. Producto Importado.

6.i.1 Identificación.

Para efectos de definir el producto a considerar y de determinar la similitud se acudió a realizar una clasificación entre el producto objeto de dumping y el producido en Colombia.

Con este propósito, se tuvieron en cuenta diferentes estudios de mercado, determinando que el factor de diferenciación entre los productos es la capellada del calzado.

La capellada o corte, es la parte superior del calzado que cubre el pie. Puede ser de una pieza o un conjunto de piezas que al unirse forman la parte exterior, constituyendo un elemento estructural por medio de la unión con la suela. Su función es proporcionar protección, soporte, comodidad y estilo.

El peso relativo de la capellada frente al precio total del producto, puede variar entre un 30% y 60%, dependiendo de la complejidad y calidad de materiales y, su confección o elaboración, resulta determinante para indicar el origen de la mercancía.

De este modo, la clasificación escogida para desarrollar la presente investigación se expone a continuación:

GRUPO	PARTIDA	SUBPARTIDAS	EXCEPCIONES
FULL INJECTION	6401	6401.10.00, 6401.92.00, 6401.99.00	
PLÁSTICO, SINTÉTICO	6402	6402.19.00, 6402.20.00, 6402.91.00, 6402.99.10, 6402.99.90, 6405.90.00	Se exceptúa la 6402.12.00 calzado para práctica de esquí y snowboard.

CUERO	6403	6403.19.00, 6403.20.00, 6403.40.00, 6403.51.00, 6403.59.00, 6403.91.10, 6403.91.90, 6403.99.10, 6403.99.90, 6405.10.00	Se exceptúa la 6403.12.00 calzado para práctica de esquí y snowboard.
TEXTIL	6404	6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00, 6405.20.00	

En esta medida, las importaciones de los bienes originarios de la República Popular China sobre los cuales se solicita la aplicación de la medida de defensa comercial serán los productos de calzado clasificados bajo la partidas 6401 a 6405 del Decreto 4927 de 2010 con la excepción de los siguientes:

- Bienes clasificados por la subpartida 6402.12.00: Calzado de esquí y calzado para la práctica de «snowboard» (tabla para nieve).
- Bienes clasificados por la subpartida 6403.12.00: Calzado de esquí y calzado para la práctica de «snowboard» (tabla para nieve).

Después de haber realizado esta clasificación, se revisaron las diferentes investigaciones de dumping en el sector del calzado que se han llevado a cabo en otros países miembros de la OMC, para comparar los modelos utilizados en la descripción del producto similar, con el modelo adoptado en la presente solicitud.

De esta forma, se tuvieron en cuenta los criterios empleados en las investigaciones en los casos de Brasil, la Unión Europea y Perú, toda vez que estas investigaciones también estuvieron dirigidas a las importaciones de calzado provenientes de China.

En el caso de Perú, la clasificación empleada se determinó a partir del material de la parte superior del calzado (ya fuera en caucho o plástico, o cuero natural), evidenciando así el uso de la capellada como criterio de clasificación. Este criterio también fue empleado en el caso de la Unión Europea, en donde se investigaron

los calzados cuya capellada fuera en cuero natural o regenerado, mostrando a su vez que el criterio de clasificación del calzado fue la capellada.

En el caso de Brasil, se analizaron las mismas partidas que se proponen en la presente solicitud (6402 a 6405), incluyendo asimismo la excepción del calzado para la práctica de esquí.

Conforme lo anterior, se encontraron antecedentes en países miembros de la OMC sobre la clasificación propuesta en la presente solicitud, al ser la indicada para permitir una identificación del producto y el posterior análisis de similaridad con el producto importado objeto de dumping. Así pues, además que este criterio ha sido aplicado en diferentes investigaciones a nivel mundial, también es una clasificación que facilita el proceso de investigación así como la verificación en aduana para la aplicación de la medida, en el evento de resultar procedente.

6.i.1.1 La subpartida arancelaria de los productos objeto de investigación.

Para la categoría de calzado textil, a continuación se detalla el texto de las partidas arancelarias correspondientes.

Grupo	Subpartidas	Descripción
Textil	6404.11.10	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos. Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil. - Calzado con suela de caucho o plástico: - - Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares: - - - Calzado de deporte.
	6404.11.20	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos. Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil. - Calzado con suela de caucho o plástico: - - Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares: - - - Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.
	6404.19.00	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos. Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural

	o regenerado y parte superior de materia textil. - Calzado con suela de caucho o plástico: - - Los demás.
6404.20.00	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil. - Calzado con suela de cuero natural o regenerado.
6405.20.00	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos Los demás calzados. - Con la parte superior de materia textil.

En el presente producto se incluye la subpartida 6405.20.00 la cual hace parte de la partida de "Los demás calzados" por cuanto las características de los productos que se clasifican bajo ésta, guardan gran semejanza con las características del calzado de capellada textil.

De acuerdo con las notas explicativas del arancel, la partida 64.05 "Los demás calzados" estipula que: "Salvo lo dispuesto en las Notas 1 a 4 de este Capítulo 64, esta partida engloba todo el calzado que tenga la suela y la parte superior de una materia o de una combinación de materias no citadas en las partidas precedentes de este Capítulo". Lo anterior significa que existen otros tipos de textiles que se usan en la parte superior para fabricar calzado que no están identificados en otra subpartida del capítulo 64.

En el caso de la subpartida 6405.20.00, "la expresión materias textiles comprende las fibras, hilados, tejidos, telas, fieltro, telas sin tejer, cuerdas, cordajes y artículos de cordelería de los Capítulos 50 a 60" y allí se incluyen materiales como la seda, el lino, cáñamo, yute, sisal, coco, abacá, entre otros, es decir que se trata de materiales que indiscutiblemente son similares a los otros textiles diferentes al algodón (que es el que se usa normalmente en los calzados que clasifican por la partida 6404), toda vez que cumplen la misma función de recubrir y proteger la parte superior del pie.

6.i.1.2 Otros productos que se clasifican por la subpartida arancelaria señalada y la proporción del volumen total importado que corresponde a este producto dentro de dicha fracción.

No existen otros productos que no sean objeto de la solicitud que ingresen por las subpartidas señaladas.

6.i.3 Especifique la unidad de medida aplicable a cada subpartida considerada en esta solicitud. En caso que esa unidad no corresponda con alguna de las presentadas en los documentos o estadísticas de importación, señale los factores de conversión apropiados.

La unidad de medida aplicable a cada subpartida considerada en esta solicitud es el par que corresponde a dos unidades físicas del producto (calzado derecho e izquierdo).

6.i.1.4 Señale la aduana o probables aduanas de importación del producto a Colombia.

De acuerdo con las cifras de importaciones de la DIAN del año 2011 al 2013, las principales aduanas de importación de los productos objeto de la presente solicitud y específicamente del calzado textil son: Ipiales, Buenaventura, Bogotá, Cartagena, Barranquilla, Maicao, Medellín, Cali, Cúcuta, Santa Marta y Armenia.

En las siguientes tablas se ilustra cuáles son las aduanas o probables aduanas de importación de las diferentes subpartidas del calzado:

IMPORTACIONES DE CALZADO EN PARES POR ADUANA DE INGRESO Y PARTIDA ARANCELARIA

ADUANA	PARTIDA	2011	2012	2013
IPIALES	6401	4.598.472	2.733.218	2.688.046
	6402	93.223	156.440	103.778
	6403	80.982	138.519	278.599
	6404	2.274.778	1.348.511	1.690.760
	6405			506
Total Ipiales		7.047.455	4.376.688	4.761.689
BUENAVENTURA	6401	321.841	395.966	137.146
	6402	9.747.001	14.378.861	6.903.479
	6403	520.525	953.602	896.857
	6404	4.646.299	4.784.920	2.565.010
	6405	107.109	277.653	122.491
Total Buenaventura		15.342.775	20.791.002	10.624.983
BOGOTA	6401	138.981	202.227	301.640
	6402	7.411.763	7.780.673	4.020.143
	6403	2.236.761	2.147.416	2.210.296
	6404	3.098.468	3.579.960	2.361.547
	6405	81.973	236.251	96.543
Total Bogotá		12.967.946	13.946.527	8.990.169

CARTAGENA	6401	52.155	52.134	120.006
	6402	7.602.734	11.603.234	8.045.771
	6403	1.008.154	860.410	978.842
	6404	2.588.108	3.167.594	2.449.318
	6405	67.778	185.777	107.785
Total Cartagena		11.318.929	15.869.149	11.701.722
BARRANQUILLA	6401	287.563	51.194	75.110
	6402	7.216.118	9.695.845	6.889.707
	6403	442.559	285.213	158.539
	6404	3.142.380	5.309.314	4.452.247
	6405	89.440	64.962	10.929
Total Barranquilla		11.178.060	15.406.528	11.586.532
MAICAO	6401		2.304	
	6402		2.245.908	5.189.652
	6403		29.345	39.183
	6404		1.065.829	1.088.860
Total Maicao			3.343.386	6.317.695
MEDELLIN	6401	34.510	54.286	64.963
	6402	1.618.620	2.270.554	1.383.518
	6403	962.188	1.266.957	817.224
	6404	1.289.401	1.630.466	1.301.664
	6405	3.051	22.871	11.333
Total Medellín		3.907.770	5.245.134	3.578.702
CALI	6401	999	2.051	6.984
	6402	1.091.529	1.736.669	1.025.202
	6403	256.323	337.478	260.289
	6404	453.001	608.695	701.165
	6405	1.223	5.357	9.883
Total Cali		1.803.075	2.690.250	2.003.523
CUCUTA	6401		360	
	6402	1.201.008	401.933	136.832
	6403	6	1.421	1.136
	6404	329.789	61.962	38.268
	6405	8.916		
Total Cúcuta		1.539.719	465.676	176.236
SANTA MARTA	6401	28	8	37.029
	6402	290.622	226.598	55.744
	6403	7.366	77.274	1.560
	6404	319.667	86.452	8.687
	6405	7.492	1.992	

Total Santa Marta		625.175	392.324	103.020
ARMENIA	6401			6
	6402		30.603	40.926
	6403			669
	6404		40.308	10.591
Total Armenia			70.911	52.192
BUCARAMANGA	6402	13	1	419
	6403	10		18
	6404	4	2	8
	6405	6		
Total Bucaramanga		33	3	445
SINCELEJO	6402			29
Total Sincelejo				29
RIOHACHA	6401	1		
	6403	36	8	18
Total Riohacha		37	8	18
COD. 80	6403		42	
Total COD. 80			42	
PEREIRA	6402		1.656	
	6404		336	
	6405		180	
Total Pereira			2.172	
TURBO	6402	497.322	86.836	
	6403	145.409	23.755	
	6404	135.014	12.229	
Total TURBO		777.745	122.820	
Total general		66.508.719	82.722.620	59.896.955

FUENTE: DIAN, cálculos ACICAM.

IMPORTACIONES DE CALZADO EN USD CIF POR ADUANA DE INGRESO Y PARTIDA ARANCELARIA

ADUANA	PARTIDA	2011	2012	2013
BOGOTA	6401	792.547	851.735	684.428
	6402	65.493.755	70.353.244	45.544.170
	6403	62.305.715	59.336.931	61.466.211
	6404	34.551.590	38.570.887	33.389.999
	6405	528.973	968.055	716.957
Total Bogotá		163.672.581	170.080.853	141.801.766
CARTAGENA	6401	92.749	202.344	172.473
	6402	35.360.003	58.979.444	51.095.379

	6403	22.518.253	19.760.019	22.230.305
	6404	21.994.571	33.171.489	39.575.001
	6405	63.573	161.462	374.888
Total Cartagena		80.029.149	112.274.759	113.448.047
BUENAVENTURA	6401	1.583.026	2.127.049	791.751
	6402	46.486.722	61.054.111	41.687.862
	6403	7.957.423	15.128.187	15.616.639
	6404	19.380.907	25.006.481	20.254.659
	6405	326.653	758.394	432.815
Total Buenaventura		75.734.731	104.074.222	78.783.725
MEDELLIN	6401	155.725	261.321	208.658
	6402	16.435.479	20.750.120	14.792.370
	6403	23.737.043	30.861.269	20.212.764
	6404	14.145.444	19.948.231	14.067.355
	6405	13.103	117.192	78.863
Total Medellín		54.486.794	71.938.133	49.360.009
CALI	6401	2.262	28.469	90.074
	6402	7.913.226	14.056.172	12.290.329
	6403	7.317.809	10.052.024	7.773.032
	6404	4.099.255	8.009.048	10.178.878
	6405	48.063	188.273	84.133
Total Cali		19.380.615	32.333.985	30.416.446
BARRANQUILLA	6401	491.110	332.207	328.603
	6402	22.149.216	21.990.473	13.583.909
	6403	8.119.921	4.951.454	3.076.510
	6404	15.507.861	14.906.456	10.268.753
	6405	193.763	141.501	41.160
Total Barranquilla		46.461.871	42.322.091	27.298.934
IPIALES	6401	18.287.355	10.765.980	10.950.623
	6402	88.707	147.658	179.644
	6403	788.697	1.233.470	2.454.582
	6404	8.036.460	5.376.989	6.809.941
	6405			8.380
Total Ipiales		27.201.219	17.524.097	20.403.170
MAICAO	6401		5.947	
	6402		5.892.896	11.199.987
	6403		1.023.374	1.121.736
	6404		3.529.398	3.732.937
Total Maicao			10.451.615	16.054.660
CUCUTA	6401		731	

	6402	1.126.272	1.069.087	398.502
	6403	13	20.690	48.786
	6404	499.152	183.573	145.344
	6405	7.130		
	Total Cúcuta	1.632.567	1.274.082	592.632
SANTA MARTA	6401	1.039	338	49.797
	6402	325.121	674.400	12.598
	6403	606.365	1.331.513	2.573
	6404	399.970	579.178	17.491
	6405	17.928	3.786	
	Total Santa Marta	1.350.424	2.589.215	82.458
ARMENIA	6401			31
	6402		53.101	38.737
	6403			7.273
	6404		69.715	21.757
	Total Armenia		122.816	67.799
BUCARAMANGA	6402	60	13	2.182
	6403	263		970
	6404	26	28	420
	6405	27		
	Total Bucaramanga	376	41	3.572
RIOHACHA	6401	144		
	6403	4.820	1.008	1.266
	Total Riohacha	4.964	1.008	1.266
SINCELEJO	6402			853
	Total Sincelejo			853
COD. 80	6403		450	
	Total COD. 80		450	
PEREIRA	6402		22.444	
	6404		6.830	
	6405		410	
	Total Pereira		29.685	
TURBO	6402	3.591.641	847.681	
	6403	2.672.095	483.681	
	6404	1.261.460	224.967	
	Total Turbo	7.525.196	1.556.329	
Total general		477.480.487	566.573.382	478.315.336

FUENTE: DIAN, cálculos ACICAM.

6.i.2 Descripción del producto importado.

El producto importado por las subpartidas 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00 y 6405.20.00, corresponde a calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil, así como calzado con suela de caucho o plástico, de uso informal que cubre el empeine y el talón por debajo o por encima del tobillo, con o sin cintas que se atan al tobillo. Se encuentran en esta categoría asimismo, el calzado deportivo (tenis, baloncesto, gimnasia y entrenamiento).

Para ilustrar mejor el producto importado y para hacer un estudio de similitud detallado, se siguieron los siguientes pasos, para cada una de las categorías:

1. Identificación de tipología de calzado por partida arancelaria, la cual se aporta en el Anexo No. 12.
2. Análisis sobre cuáles son los tipos de calzado procedentes de China que llegan en mayor volumen.

De conformidad con lo anterior se solicitaron muestras de calzado a los fabricantes nacionales con el fin de compararlos con el producto importado que es objeto de investigación.

A su vez un equipo de ACICAM, integrado por _____, se encargaron de adquirir muestras el calzado importado originario de China en tiendas especializadas y boutiques en la ciudad de Bogotá tales como: Payless, Falabella, Spring Step, Calzado Nueva Moda, Spring Janine, San Andresito Plaza 38 y Only. Posteriormente se realizó un análisis de las muestras similares al producto nacional y el importado de China, el cual se adjunta en el Anexo No. 13.

Para el presente caso, los modelos seleccionados para el calzado textil importado fueron:

- Tenis tipo Converse:

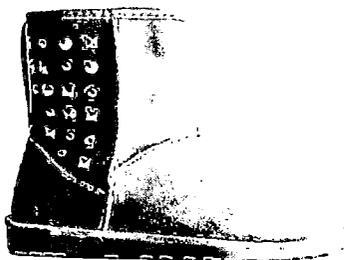


DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	
Versión Pública:	_____
Folio No.	399

- Calzado tipo Alpargata:



- Botín:



- Tenis Low Top:



6.i.2.1 Nombre comercial y técnico, modelo o tipo.

El nombre comercial y técnico de este tipo de calzado es textil pues se hace referencia al proceso de fabricación del mismo, y al material que compone la capellada. Para los productos seleccionados para hacer la descripción detallada, el nombre técnico es Tenis tipo Converse, calzado tipo alpargata, botín y Tenis low Top.

6.i.2.2 Características físicas.

Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil, así como calzado con suela de caucho o plástico, de uso informal que cubre el empeine y el talón por debajo o por encima del tobillo, con o sin cintas que se atan al tobillo. Se encuentran en esta categoría asimismo, el calzado deportivo (tenis, baloncesto, gimnasia y entrenamiento).

Adicionalmente, en el Anexo No. 14 se adjunta catálogo ilustrativo de los productos originarios de China.

SECCION DE COMERCIO EXTERIOR	
versión Pública:	
N.º	400

6.i.2.3 Normas técnicas que debe cumplir y de certificado de origen.

No existen normas técnicas aplicables para el calzado ni requisitos sobre certificado de origen. En esta medida, las únicas normas que se aplican para el calzado importado corresponden al Reglamento de Etiquetado de Calzado: Resolución 0933 de 2008, modificada por la Resolución 2250 de 2013 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

6.i.2.4 Usos.

En el caso de la alpargata, nos encontramos bajo la presencia de un producto para uso diario informal dirigido al público femenino que cuenta con un rango de edades similar y un poder adquisitivo análogo, que busca por lo tanto bajo precio en productos populares, los cuales garantizan tanto comodidad como una horma atractiva.

Por su parte, en el caso del tenis tipo Converse, se trata de un producto dirigido al público unisex, el cual busca ante todo un precio cómodo para una prenda ligera, casual y de fácil uso.

6.i.2.5 Insumos utilizados.

Los materiales utilizados en este tipo de calzado son el poliéster para la capellada, PVC para la suela y algodón para formar el estampado.

En los productos importados seleccionados para hacer la descripción detallada se utiliza:

- Tenis tipo Converse: Lona blanca para la capellada en, lona para los forros, suela y puntera de caucho.
- Calzado tipo Alpargata: Cuatro piezas en capellada es de textil poliéster policromía de rayas, tres piezas en forros estampados con flores en textil de algodón, suela en PVC color blanco.
- Botín: La capellada es de textil poliéster reforzado con EVA, con el forro en poliéster tipo peluche, suela TR y una plantilla de armado no tejida.
- Tenis tipo Low Top: La capellada es de textil poliéster y algodón, con el forro de textil de algodón, la suela de caucho. El refuerzo de la cordonera donde se ubican los ojaletes tiene una entretela no tejida, en medio de las piezas de capellada y el forro hay un tejido plano de algodón con superficie recubierta de pegamento.

6.i.2.6 Valor agregado nacional.

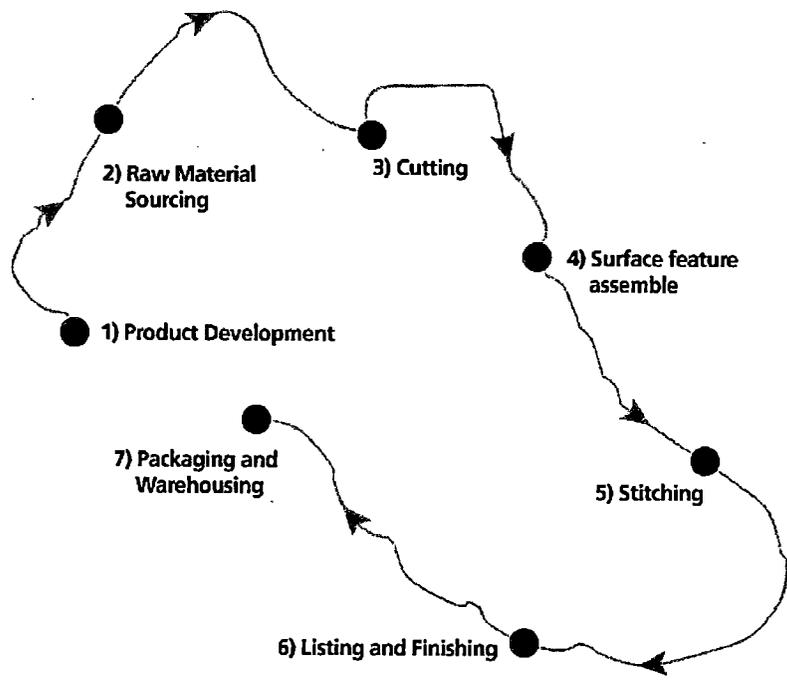
El calzado originario de China tiene 0% de valor agregado nacional.

6.i.2.7 Características del proceso productivo, la tecnología empleada, el transporte y la comercialización (Incluya diagrama ilustrativo).

- **Proceso productivo y tecnología empleada:**

El proceso productivo y la tecnología empleada en la industria de calzado China difieren entre sí dependiendo de qué categoría de calzado se trate, de las características propias de los productos o de las necesidades del mercado, pero al final se reduce a los mismos pasos básicos de todo proceso productivo de calzado, como se evidencia en el siguiente diagrama: desarrollo del producto, abastecimiento de materias primas, corte, ensamble de la capellada, cosido, y lo relativo al empaque y la distribución.

Production Process



Fuente: http://www.chinasportsintl.com/yeli/yeli_footwear.htm.

Por lo anterior, se observa que los procesos productivos y la tecnología empleada no varían mucho entre países, teniendo, en términos generales, las mismas etapas y

procedimientos, variando quizá en aspectos ya muy específicos y en algunos temas de maquinaria.

Para los modelos específicos seleccionados para la muestra se observa lo siguiente:

- Tenis tipo Converse: Su proceso de fabricación consiste en vulcanizado de suela en caucho.
- Calzado tipo Alpargata: El montaje es jareteado.
- Botín: El montaje es manual.
- Tenis tipo Low top: Proceso de fabricación vulcanizado.

- **Transporte.**

Los productos objeto de la presente solicitud ingresan a Colombia por vía marítima y posteriormente, son entregados a sus destinos por vía terrestre.

Respecto de las importaciones, la mercancía de calzado que llega de otros países normalmente se transporta por barco, en contenedores de 20 o 40 pies. También, se da el transporte por vía aérea, especialmente para calzados de segmento de precio alto y, cuando procede de países fronterizos, se moviliza en camiones por carretera. Ya al interior del país la mercancía se moviliza por vía terrestre en camiones.

De igual forma, dependiendo del volumen de calzado importado, la mercancía se mueve en contenedores completos o, contenedores consolidados cuando se trata de volúmenes pequeños.

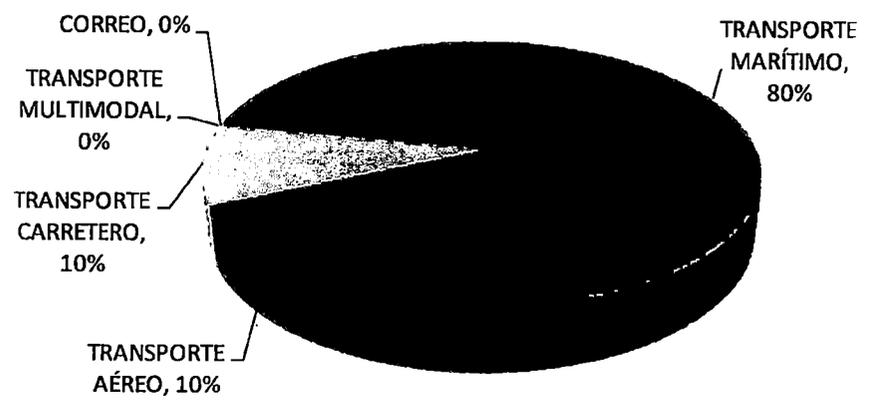
En la siguiente tabla se observa el movimiento de las importaciones según el modo de transporte para el año 2013, en donde es evidente el predominio del transporte marítimo.

MODO DE TRANSPORTE IMPORTACIONES COLOMBIANAS DE CALZADO EN EL AÑO 2013

MODO DE TRANSPORTE	DÓLARES CIF	PARES	PAR. % PARES
TRANSPORTE MARÍTIMO	334.985.119	48.146.431	80%
TRANSPORTE AÉREO	120.913.417	6.019.720	10%
TRANSPORTE CARRETERO	22.229.196	5.718.993	10%
TRANSPORTE MULTIMODAL	176.070	10.587	0%
CORREO	11.536	1.224	0%
TOTAL GENERAL	478.315.336	59.896.955	100%

FUENTE: DIAN

MODO DE TRANSPORTE IMPORTACIONES DE CALZADO 2013



- **Comercialización.**

En lo que respecta a la comercialización de los productos importados de China, el calzado se vende a través de distribuidores que llegan al cliente final.

- ii. **Producto o productos nacionales.**

- 6.ii.1 **Identificación y descripción.**

El producto nacional corresponde a calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil, así como calzado con suela de caucho o plástico, de uso informal que cubre el empeine y el talón por debajo o por encima del tobillo, con o sin cintas que se atan al tobillo. Se encuentran en esta

categoría asimismo, el calzado deportivo (tenis, baloncesto, gimnasia y entrenamiento).

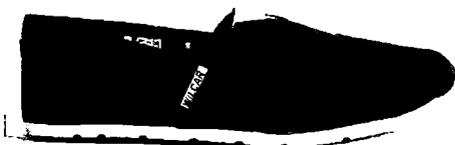
Con el fin de identificar y describir el producto nacional y de realizar el análisis de similitud con el importado, se solicitaron muestras de calzado a los fabricantes nacionales. Este análisis se adjunta en el Anexo No. 13.

Para el presente caso, los modelos nacionales seleccionados para el calzado de capellada textil fueron:

- Tenis tipo Converse:



- Calzado tipo Alpargata:



6.ii.1.1 Subpartida arancelaria NANDINA, para cada producto, o grupo de productos, objeto de investigación.

Los productos nacionales se identifican por las mismas subpartidas arancelarias que los productos importados y en este sentido es menester remitirse al numeral 6.i.1.1 del presente formulario.

6.ii.1.2 La unidad de medida aplicable.

El producto producido en Colombia presenta la misma unidad de medida que los productos importados. Véase el numeral 6.i.1.3 del presente formulario.

6.ii.1.3 Nombre comercial y técnico, modelo o tipo.

El nombre comercial y técnico de este tipo de calzado es textil pues se hace referencia al proceso de fabricación del mismo, y al material que compone la capellada. Para los productos seleccionados para hacer la descripción detallada, el nombre técnico es Tenis tipo Converse y calzado tipo alpargata.

6.ii.1.4 Características físicas y químicas.

Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil, así como calzado con suela de caucho o plástico, de uso informal que cubre el empeine y el talón por debajo o por encima del tobillo, con o sin cintas que se atan al tobillo. Se encuentran en esta categoría asimismo, el calzado deportivo (tenis, baloncesto, gimnasia y entrenamiento).

6.ii.1.5 Normas técnicas que debe cumplir.

No existen normas técnicas aplicables para el calzado ni de certificado de origen. En esta medida, las únicas normas que se aplican para el calzado nacional corresponden al Reglamento de Etiquetado de Calzado: Resolución 0933 de 2008, modificado por la Resolución 2250 de 2013 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

6.ii.1.6 Usos.

En el caso de la alpargata, nos encontramos bajo la presencia de un producto para uso diario informal dirigido al público femenino que cuenta con un rango de edades similar y un poder adquisitivo análogo, que busca por lo tanto bajo precio en productos populares, los cuales garantizan tanto comodidad como una horma atractiva.

Por su parte, en el caso del tenis tipo Converse, se trata de un producto dirigido al público unisex, el cual busca ante todo un precio cómodo para una prenda ligera, casual y de fácil uso.

6.ii.1.7 Insumos utilizados.

Los materiales utilizados en este tipo de calzado son el poliéster para la capellada, PVC para la suela y algodón para formar el estampado.

En los productos seleccionados para hacer la descripción detallada se utiliza:

- Tenis tipo Converse: Lona blanca para la capellada, lona para los forros, suela y puntera de Caucho.
- Alpargata: Cinco piezas en capellada en textil poliéster azul, forros de textil poliéster estampado de rayas, suela en PVC, entretela de refuerzo.

6.ii.1.8 Valor agregado nacional.

En relación con el valor agregado nacional de los productos nacionales, en los últimos años se ha observado una tendencia creciente en la participación de éste sobre el total de la producción bruta de calzado.

Evolución de la Producción Bruta, Consumo Intermedio y Valor Agregado de la fabricación de calzado terminado en miles de pesos

Año	Producción Bruta	Consumo Intermedio	Valor Agregado	Proporción Valor Agregado / Producción Bruta
2008	574.970.793	320.433.056	254.537.737	44,3%
2009	603.100.294	327.431.436	275.668.858	45,7%
2010	717.210.832	415.336.893	301.873.939	42,1%
2011	840.240.865	473.337.168	366.903.697	43,7%
2012	826.639.149	442.671.948	383.967.201	46,4%

Fuente: DANE EAM, Cálculos: ACICAM.

6.ii.1.9 Características del proceso productivo, la tecnología empleada, el transporte y la comercialización (Incluya diagrama ilustrativo).

- **Proceso productivo y tecnología empleada y tecnología empleada¹:**

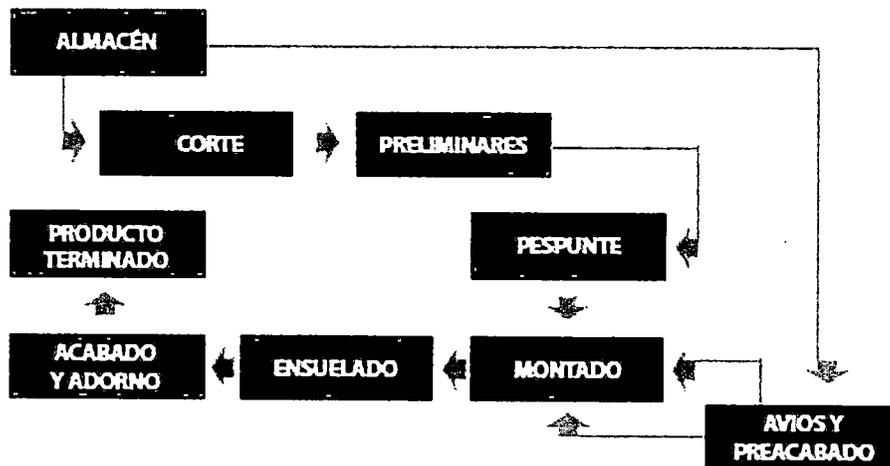
Lo primero que se debe decir es que las tecnologías empleadas en los procesos de construcción del calzado son muy diversas, pues el número de operaciones en cada proceso depende del tipo de zapato, de los materiales y la disponibilidad de la maquinaria y equipo de las empresas.

Además, los sistemas de construcción más usados en Colombia no difieren demasiado de los empleados en otros países.

¹ Información contenida en el documento "Línea base del sector de cuero, calzado y marroquinería en Colombia. Entregable 1, Contrato 2013005 entre el Programa de Transformación Productiva y la Universidad del Rosario".

A continuación se expone el ciclo típico de producción de calzado en la industria colombiana, el cual refleja las principales actividades del proceso de manufactura, ilustrado en el siguiente diagrama.

NIVEL TECNOLÓGICO:



Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Área de almacén:

En esta instancia se pretende custodiar, proteger y controlar los materiales que se van a usar en la producción del calzado; en este momento se verifica que los materiales cumplan los requisitos de calidad, controlar su consumo y verificar que se entreguen en tiempo oportuno. Después, los materiales pasan por el departamento de corte en donde se seccionan y cortan los materiales en las diferentes piezas que van a componer el zapato en su parte superior, de acuerdo con las especificaciones de calidad requeridas.

Departamento de preliminares: Se preparan las piezas que han sido cortadas para facilitar el ensamble de las mismas por medio de costuras.

Departamento de pespunte: En este momento se arman los cortes por medios de costuras para dejar la pieza lista para montarse en la horma. En esta etapa se concentra la mayor cantidad de mano de obra. Puede que en algunas situaciones los procesos sean bastante complejos dado que en ciertas ocasiones los operarios cambian frecuentemente de fracción o de modelo.

versión Pública: _____

Folio No. 408

Departamento de avíos: Es el momento en el que se manufacturan los componentes estructurales del calzado, así como los componente de piso (i.e. tacones, firmes, contrafuertes, casco, plantas, suelas suajadas).

Departamento de montaje: En esta etapa se tiene como propósito entallar sobre la horma un material plano con forma (el corte) para dar su tridimensionalidad al calzado.

Debe notarse que es en el tema de los sistemas de construcción donde se evidencian las mayores diferencias entre los tipos de calzado.

Finalmente se preparan los materiales para unir a la suela con el corte. En este aspecto, algunas de las operaciones realizadas son: cadar, limpiar, halogenar, cementar, activar y prensar.

Departamento de adorno: Se le da al zapato su apariencia final.

Corte:

El nivel tecnológico depende del uso o asimilación de tecnología en sus procesos, por lo que es posible segmentar las empresas de acuerdo al uso o inventario de tecnologías, tamaño, capacidad de producción y tipo de maquinaria empleada. De lo anterior, se desprende de una clasificación de cuatro niveles tecnológico que se ilustra a continuación:

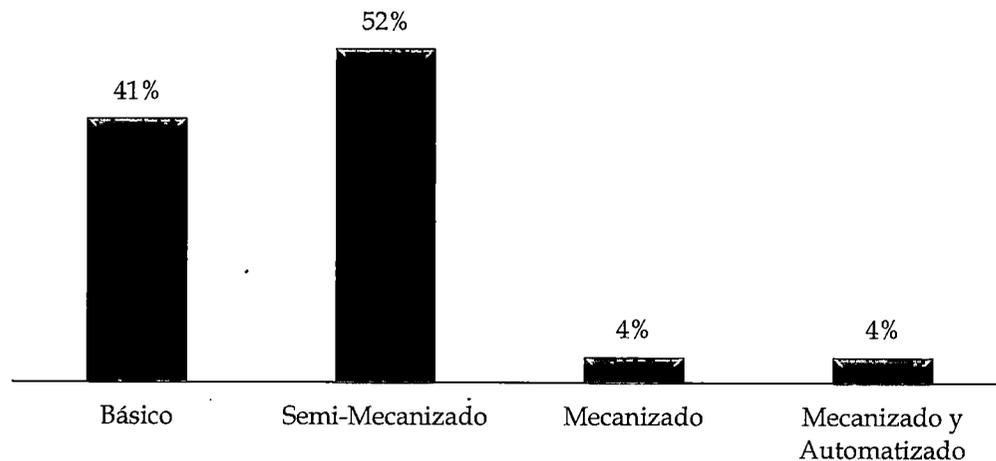
Nivel tecnológico en maquinaria de corte

Tamaño/Nivel Tecnológico	Tipo de Maquinaria y equipo que emplean	Producción por jornada estimada en pares	Número de máquinas promedio por empresa
Microempresa (Nivel Tecnológico Básico)	Mesas de corte Herramienta Básica	70	De 1 a 2 mesas
		70	De 1 a 8 mesas
Pequeña empresa (Nivel Tecnológico Semi-mecanizada)	Mesas de corte Herramienta Básica Máquinas de corte electrohidráulicas	200	De 1 a 3 máquinas
		1500	De 1 a 3 máquinas
Mediana empresa (Nivel Tecnológico Mecanizada)	Máquinas de corte hidráulicas de carro móvil Máquinas clicken electrohidráulicas	300	De 3 a 9 máquinas
		1500	De 2 a 4 máquinas

Grande empresa (Nivel Tecnológico Altamente Mecanizada o Automatizada)	Máquinas de corte hidráulicas de carro móvil	300	De 10 máquinas en adelante
	Máquinas clicken electrohidráulicas Máquinas de corte con cuchillas vibratorias	80	1 o más máquinas

Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Nivel tecnológico del corte



Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Preliminares:

Una vez las piezas han sido cortadas, pasan a una sección en la que son preparadas mediante diferentes procesos con el fin de dejarlas en condiciones de poder armarse por medio de costuras.

El nivel tecnológico en esta etapa se determina en función al uso de tecnología, a los procesos desarrollados, al tamaño de las empresas y a la capacidad de producción y maquinaria empleada. Así pues, se identifican cuatro niveles tecnológicos que se ilustran a continuación:

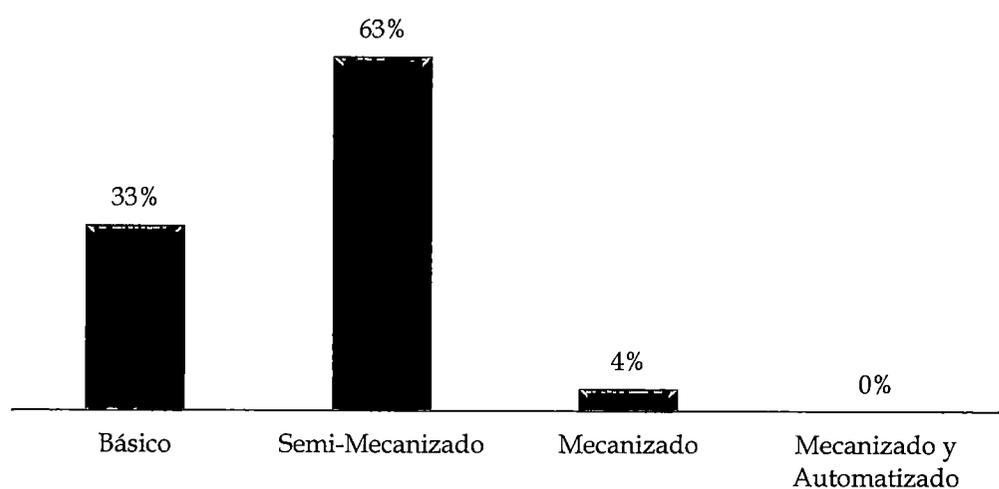
Nivel Tecnológico en preliminares

Tamaño/ Nivel Tecnológico	Tipo de Maquinaria y equipo que emplean	Producción por jornada estimada en pares	Número de máquinas promedio
Microempresa (Nivel Tecnológico Básico)	Rebajar: Se manda Maquilar Dividir: No lo realizan Rayar: Manual Doblillar: Manual Perforar: Manual	100	
Pequeña Empresa	Rebajar: Máquina de rebajar	450	1 máquina

Tamaño/ Nivel Tecnológico	Tipo de Maquinaria y equipo que emplean	Producción por jornada estimada en pares	Número de máquinas promedio
(Nivel Tecnológico Semi-Mecanizada)	tradicional		
	Dividir: Máquina de dividir	650	1 máquina
	Rayar: Manual, máquina de golpe	600	1 máquina
	Doblillar: Manual	200	
Mediana Empresa (Nivel Tecnológico Mecanizada)	Perforar: Máquina 3117, suajes	200	1 máquina
	Rebajar: Máquina tradicional, máquina programable	650	De 1 a 4 máquinas
	Dividir: Máquina de dividir	650	De 1 a 3 máquinas
	Rayar: Manual, máquina de golpe, cabina y aerógrafo	600, 1000	De 1 a 3 máquinas, 3 cabinas/3 pistolas
Grande Empresa (Nivel Tecnológico Altamente Mecanizada o Automatizada)	Doblillar: Máquina de doblillar	200, 700	De 1 a 3 máquinas
	Perforar: Máquina 3117, maquina especial de perforar	200	2 máquinas
	Rebajar: Máquina tradicional, máquina programable	650	Más de 4 máquinas
	Dividir: Máquina de dividir	650	Más de 3 máquinas
	Rayar: Manual, máquina de golpe, cabina y aerógrafo	600, 1000	Más de 3 máquinas, más de 3 cabinas y de 3 pistolas
	Doblillar: Máquina de doblillar	700	Más de 3 máquinas
	Perforar: Máquina 3117, maquina especial de perforar, suajes	200	Más de 3 máquinas, más de 2 máquinas

Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Asesoría Empresarial LTDA.

Nivel Tecnológico Preliminares



Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

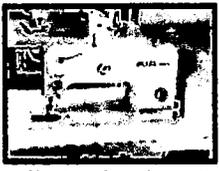
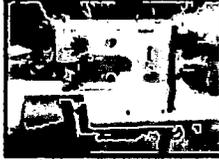
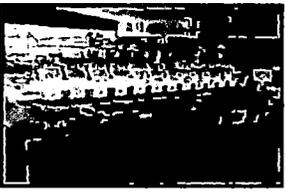
Pespunte:

Es el área de la fábrica en donde las partes del corte que han sido preparadas son unidas entre sí por medio de costuras a fin de dejar el corte listo y en condiciones de montar sobre la horma.

En este momento es donde cada estilo tiene un flujo de producción diferente, puede que en ocasiones sus procesos sean complejos, los operarios cambian con frecuencia de fracción o de modelo, y es donde se concentra la mayor cantidad de mano de obra.

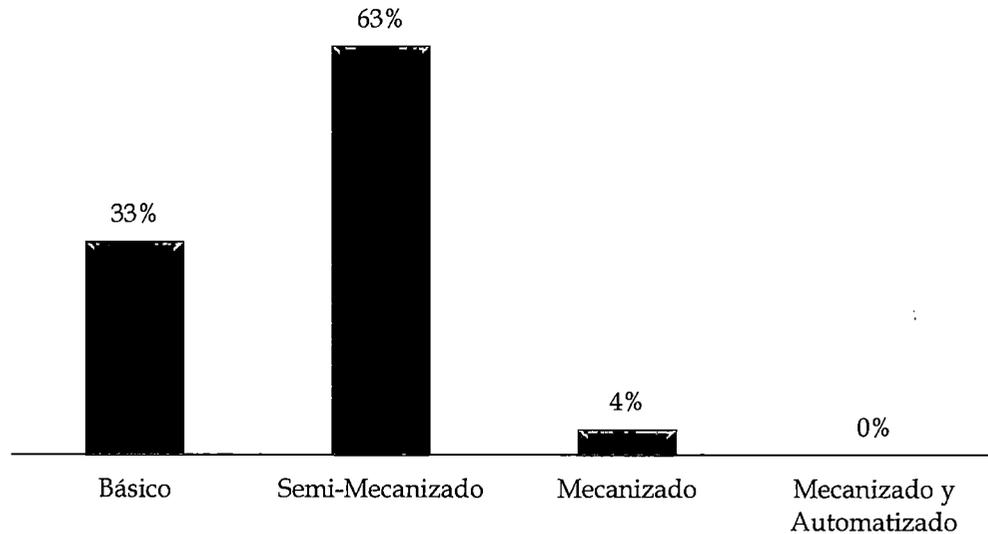
De la misma forma, desde las empresas micro hasta las grandes cuentan con máquinas apropiadas de acuerdo a su tamaño y capacidad de producción. A continuación se presentan algunos ejemplos de maquinaria y equipo que se utilizan las empresas y de la clasificación correspondiente:

Tipo de maquinaria y equipo que emplean

Tamaño / Nivel Tecnológico	Tipo de Maquinaria y equipo que emplean	
Microempresa (Nivel Tecnológico Básico)		
Pequeña empresa (Nivel Tecnológico Semi-mecanizada)		
Mediana empresa (Nivel Tecnológico Mecanizada)		
		
	<p>Maquinas mencionadas arriba más maquinas de poste de 1 aguja, de poste de 2 agujas y de ribeter</p>	
Grande empresa (Nivel Tecnológico Altamente mecanizada o Automatizada)		

Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Nivel Tecnológico Pespunte



Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Nivel Tecnológico en maquinaria de pespunte

Tamaño/ Nivel Tecnológico	Tipo de Maquinaria y equipo que emplean	Producción por jornada estimada en pares	Número de máquinas promedio
Microempresa (Nivel Tecnológico Básico)	Máquina plana de aguja, las costuras en zigzag usualmente las mandan maquilar	60	1 máquina
Pequeña Empresa (Nivel Tecnológico Semi-Mecanizada)	Máquina plana de una aguja	60	De 1 a 6 máquinas
	Máquina de zigzag	400	1 máquina
	Máquina de poste de una aguja	120	De 1 a 2 máquinas
	Máquina Puritan El bordado usualmente lo mandan maquilar	400 500	1 máquina 1 máquina
Mediana Empresa (Nivel Tecnológico Mecanizada)	Máquinas planas de una aguja	60	De 6 a 10 máquinas
	Máquina de poste de una aguja	120	De 2 a 8 máquinas
	Máquinas planas y de poste con dos agujas	300, 180	De 2 a 5, de 2 a 4 máquinas

Tamaño/ Nivel Tecnológico	Tipo de Maquinaria y equipo que emplean	Producción por jornada estimada en pares	Número de máquinas promedio
	Máquina de zigzag	400	De 1 a 4 máquinas
	Máquinas programables con cortahilos automático	150	De 3 a 8 máquinas
	Máquinas de ribotear	300	De 1 a 2 máquinas
	Máquina automática	400	De 1 a 3 máquinas
	Máquina para jarotear	500	De 1 a 4 máquinas
	Máquina Puritan	500	De 1 a 6 máquinas
	Strobel	400	De 1 a 2 máquinas
	Bordadoras	100* cabeza	De 1 a 2 máquinas
Grande Empresa (Nivel Tecnológico Altamente Mecanizada o Automatizada)	Máquinas planas y de poste con dos agujas	300, 180	De 2 a 4 máquinas
	Máquina de zigzag	400	Más de 4 máquinas
	Máquinas programables con cortahilos automático	150	Más de 8 máquinas
	Máquinas de ribotear	300	Más de 2 máquinas
	Bonix	500	Más de 4 máquinas
	Máquina Puritan	500	Más de 6 máquinas
	Strobel	400	Más de 2 máquinas
	Bordadoras	100*cabeza	Más de 2 máquinas
	Crisol	480	De 1 a 3 máquinas

Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Montado:

Es la parte del proceso de manufactura del calzado en la que el corte que ha sido armado por medio de costuras, se coloca sobre una forma tridimensional ("horma") para darle forma de acuerdo al diseño de la misma. La mayoría de los sistemas de construcción difieren principalmente en las actividades realizadas en esta área.

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	
Versión Pública:	915
Folio No.	

Un buen diseño no es suficiente para producir un buen calzado, pues todos los componentes deben ser los adecuados y estar debidamente preparados para un buen ajuste.

Por lo anterior, se deben tener en cuenta los siguientes elementos: buen diseño, guías de rayado adecuadas, buen ajuste de forros y sin arrugas, horma y planta.

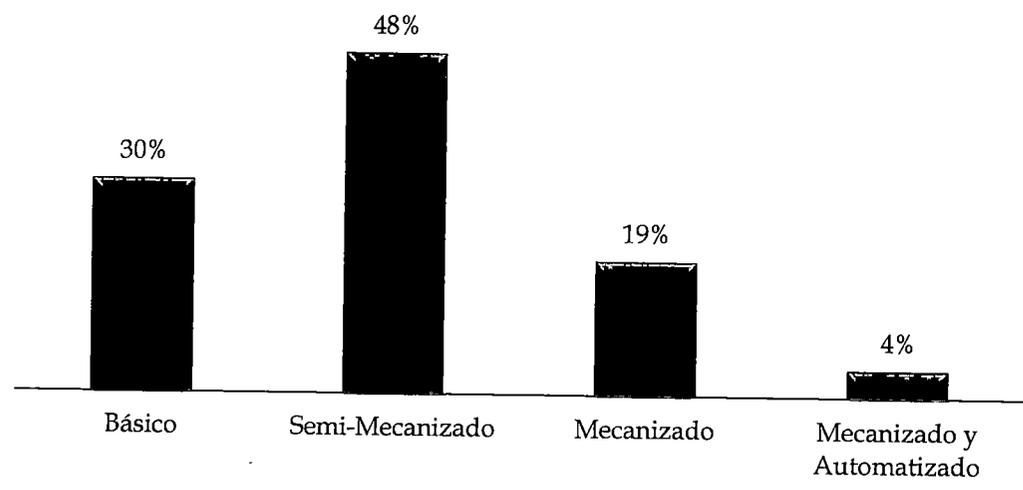
El nivel tecnológico de las empresas de calzado es fácil de apreciar, debido a que las empresas pequeñas no están en capacidad de mantener una maquinaria para desarrollar esta actividad. Por lo tanto, existen importantes diferencias en relación con la producción y los procesos de construcción, en donde se identifican cuatro niveles tecnológicos de acuerdo a lo ilustrado en la siguiente tabla:

Nivel Tecnológico en montaje

Tamaño / Nivel tecnológico	Tipo de maquinaria y equipo que emplean	Producción por jornada estimada en pares	Número de máquinas promedio por empresa
Microempresa (Nivel Tecnológico Básico)	Las principales operaciones las realizan a mano en una mesa de trabajo, utilizan herramientas básicas como el martillo, pinzas y banco. Emplean los cortes al modo ambiente.	Producen de 30 a 40 pares por día, tienen capacidad para montar hasta 160 pares por jornada.	Fabricación totalmente manual; el área total ocupada es de entre 25 y 30m ² .
Pequeña empresa (Nivel Tecnológico Semi-mecanizada)	Para montar ladós y talones, utilizan máquinas eléctricas "Kambortur"; las cuales no inyectan termoplástico. Utilizan herramientas básicas, mesas y depósitos de sechavos. Secan a la intemperia. Para colocar casco y contrahuerto utilizan máquinas para conformar en caliente y mesa de trabajo.	Producen de 100 a 500 pares por día y tienen una capacidad para montar desde 300 hasta 1,500 pares por jornada.	Mesas, una máquina para conformar, una máquina para montar enfranques, otra para montar talones, banco para cargar o lijar, asentadora.
Mediana empresa (Nivel Tecnológico Mecanizada)	Este nivel de empresas ya cuenta con máquina para inyectar termoplástico, máquina para conformar en caliente y en frío, espresadoras, vaporizador, túnel de humectación, fijadora de planta y, para montar, contrahuerto y montadora con aplicación de termoplástico, montadora de talones y enfranques, tenal o torre de secado y horno envajecedor.	Producen entre 500 y 3,000 pares diarios. Pueden tener una capacidad de montaje de entre 1,000 y 1,500 pares por tipo de máquina.	De 1 a 3 máquinas de conformar e inyectar termoplástico. De 1 a 3 espresadoras. De 1 a 3 túneles y vaporizadores. De 1 a 2 fijadoras de planta. 1 a 5 máquinas contrahuerto y montadoras de talón. De 1 a 3 máquinas de montar ladós. De 1 a 3 máquinas para asentar.
Grande empresa (Nivel Tecnológico Altamente Mecanizada o Automatizada)	El nivel tecnológico más elevado normalmente corresponde a empresas grandes, sin descartar que existen empresas medianas también en este nivel. En este caso, las empresas se distinguen por su potencial en maquinaria y equipo; cuentan con máquinas de inyección, máquinas de conformar en caliente y frío, máquinas que centran ladós y puntas con funciones programables, túneles y torres de secado, hornos de envajecimiento, asontadora de disco giratoria, entre otros.	Tienen una producción de entre 3,000 y 10,000 pares diarios, con una capacidad de montaje de 1,000 a 1,500 pares por tipo de máquina.	De 1 a 5 máquinas para colocar casco y contrahuerto. De 3 a 10 máquinas para fijar forros. De 3 a 8 túneles de humectar. De 2 a 8 máquinas para fijar planta. De 3 a 9 máquinas para montar puntas y talones. De 2 a 8 túneles de secado.

Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Nivel Tecnológico Montado



Fuente: DTO (Diagnóstico Técnico Operacional) Coelho Assessoria Empresarial LTDA.

Para los productos específicos seleccionados para esta categoría se puede observar que su proceso de producción y la tecnología empleada corresponde a:

- Tenis tipo Converse: Su proceso de fabricación es vulcanizado de suela en caucho sobre plantilla.
- Calzado tipo Alpargata: Tiene un tipo de montaje centromontado manual.
- **Transporte:**

En Colombia el modo de transporte más frecuente para movilizar el calzado en el territorio nacional, es el terrestre mediante camiones a través de empresas especializadas o a través de transportadores independientes. El tipo de vehículos corresponde a furgones cerrados o camiones con carrocería de estacas y carpa.

La mercancía, dependiendo del volumen a distribuir se puede enviar como carga suelta (paqueteo) y, cuando se trata de volúmenes grandes, se remite como carga sólida, que cubre la capacidad del vehículo. En Colombia existen empresas como TCC, Deprisa, COLBANES, Coordinadora Mercantil, SERVIENTREGA, que manejan principalmente el paqueteo.

- **Comercialización:**

Los principales canales comerciales son: almacenes de marca ubicados en centros comerciales, almacenes de cadena, almacenes de la marca específica que se trate, en tiendas de barrio, zonas comerciales (tales como San Andresito).

ii. Diferencias entre el producto nacional y el importado.

En el Anexo No. 13 se adjunta un estudio técnico de similaridad elaborado por Cielo Andrea Lizarazo de los productos antes descritos.

6.iii.1 Nombre comercial y técnico, modelo y tipo.

No existen diferencias entre el nombre comercial y técnico, modelo y tipo de los productos nacionales y los importados, pues para los productos seleccionados para hacer la descripción detallada, el nombre técnico es Tenis tipo Converse y calzado tipo alpargata. Véase el numeral 6.ii.1.3 del presente formulario.

6.iii.2 Características físicas y químicas.

Frente a los productos mencionados, se evidencia que estéticamente, frente al consumidor, los productos presentan un valor percibido similar.

Teniendo en cuenta las fotos adjuntas a esta solicitud y el estudio técnico de similitud presentado en el Anexo No. 13, se concluye que el diseño y la configuración del producto son similares tanto en sus características como en su diseño y aspecto físico.

Frente al mercado al cual se enrumban los productos analizados, debe decirse que en el caso de las alpargatas, ambos productos van dirigidos a mujeres que buscan economía y precios asequibles, estas mujeres tienen rangos de edades y poderes adquisitivos similares, constituyendo el mismo segmento de mercado.

Los dos productos presentan la misma tipología de calzado tipo alpargata con suela de goma, lo cual se traduce en que tienen un mismo uso, y que frente al consumidor no hay diferencias palmarias o evidentes que posibiliten diferenciar al producto importado del nacional.

Asimismo, en el calzado tipo Converse, se trata de productos dirigidos a grupos etarios juveniles. A mercados unisex más que todo, los cuales presentan la misma tipología de calzado (tipo converse) en el mercado con suela de caucho prácticamente idéntica. Este idéntico manejo de tipología hace que los usos que tengan los productos sean análogos, y que sean por lo tanto, materialmente imposibles de diferenciar por parte del consumidor promedio en el mercado.

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR	
Versión Pública:	_____
Folio No.	419

6.iii.3 Usos.

Al tener una idéntica tipología, los productos nacionales e importados presentan los mismos usos, los cuales se encuentran señalados en el numeral 6.ii.1.6 del presente formulario.

6.iii.4 Insumos utilizados.

Si bien los insumos utilizados en el producto nacional y en el importado son los mismos, la cantidad que de estos se utiliza varía. Sin embargo, esta diferencia no es perceptible por el consumidor quien ve los productos como similares, tal como se presenta en el estudio técnico de similaridad aportado anexo a la presente solicitud.

6.iii.5 Valor agregado nacional.

Como se observa en los literales 6.i.2.6 y 6.ii.1.8., mientras que los productos importados no tienen valor agregado nacional, en la producción doméstica si hay un alto porcentaje del valor agregado nacional en los productos.

6.iii.6 Características de los procesos productivos, la tecnología empleada, el transporte y la comercialización. Detalle las diferencias en términos de las tecnologías utilizadas.

- **Proceso productivo y tecnología empleada:**

Los procesos de producción y las tecnologías empleadas entre los dos países son muy similares, involucrando unas etapas básicas y adecuándose a las necesidades del producto en particular. De esta forma, se observa que el proceso productivo consiste en un ciclo que inicia en el área de **almacén**, que tiene como propósito custodiar, proteger y controlar los materiales, verificando que cumplan con los requisitos de calidad, se controle su consumo y se entreguen en tiempo oportuno. Los materiales pasan al departamento de **corte** para seccionar y cortar los materiales en las diferentes piezas que compondrán el zapato en su parte superior, de acuerdo con las especificaciones de calidad requeridas.

Posteriormente se pasa a la fase de **preliminares**, donde se preparan las piezas que han sido cortadas para facilitar el ensamble de las mismas por medio de costuras.

Después viene el **pespunte**, el cual tiene como propósito armar los cortes por medio de costuras para dejar la pieza lista para montarse en la horma. Es en este

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR

Versión Pública: _____

Fo. No. 420

punto donde se concentra la mayor cantidad de mano de obra, además de que los procesos pueden ser complejos dado que en algunas ocasiones los operarios cambian frecuentemente de fracción o de modelo.

Luego en la sección de **avíos** se manufacturan los componentes estructurales del zapato, así como los de piso (tacones, firmes, contrafuertes, casco, plantas, suelas suajadas).

Sigue el **montado** el cual tiene como propósito entallar sobre la horma un material plano con forma (el corte) para dar su tridimensionalidad al zapato; la mayoría de los sistemas de construcción difieren principalmente en este departamento.

Posteriormente se preparan los materiales para unir la suela con el corte; algunas de las operaciones realizadas son: cardar, limpiar, halogenar, cementar, activar y prensar.

Por último viene el estadio de **preacabado**. Es justamente allí donde se componen dos partes fundamentales: la plantilla de suela y el tacón (que se puede hacer de plástico o de tapas de cuero, dependiendo de la calidad que se busque), el cual tiene por objeto para darle una mejor apariencia final.

- **Transporte:**

Para los productos importados, hay un paso previo en el transporte que consiste en la llegada de los mismos al territorio nacional. Estos ingresan a Colombia generalmente por vía marítima y posteriormente, son entregados a sus destinos por vía terrestre y, dependiendo del volumen, la mercancía se mueve en contenedores completos o, contenedores consolidados cuando se trata de volúmenes pequeños.

Ya dentro del territorio colombiano, el sistema de transporte para el producto importado y el nacional es similar, donde el modo de transporte más frecuente para movilizar el calzado en el territorio nacional, es el terrestre mediante camiones a través de empresas especializadas o a través de transportadores independientes. El tipo de vehículos corresponde a furgones cerrados o camiones con carrocería de estacas y carpa.

La mercancía, dependiendo del volumen a distribuir se puede enviar como carga suelta (paqueteo) y, cuando se trata de volúmenes grandes, se remite como carga sólida, que cubre la capacidad del vehículo. En Colombia existen empresas como

TCC, Deprisa, COLBANES, Coordinadora Mercantil, SERVIENTREGA, que manejan principalmente el paqueteo.

- **Comercialización:**

Tanto para el calzado importado como para el calzado nacional, los principales canales comerciales son: almacenes de marca ubicados en centros comerciales, almacenes de cadena, almacenes de la marca específica que se trate, en tiendas de barrio, zonas comerciales (tales como San Andresito), por parte de vendedores ambulantes y, finalmente, un bajísimo porcentaje se comercializa por internet.²

6.ii.7 Evalúe y cuantifique las implicaciones de las diferencias detectadas entre el producto nacional y el importado, en términos de los costos de producción.

No se dispone de información referente a los costos de producción de bienes provenientes de China.

Así mismo y sobre el particular, debe resaltarse en este punto que la economía de China es centralmente planificada y, por ello, no es posible comparar los costos de producción de dicho país con los costos de producción del calzado textil en Colombia.

6.iii.8 Evalúe los efectos de las diferencias explicadas en la calidad y el uso del producto.

Después de observar los diferentes aspectos de los productos, las conclusiones sobre la similitud entre el importado y el nacional son las siguientes:

- Tenis tipo Converse:

- Estéticamente frente al consumidor, los productos presentan un valor percibido similar.
- En diseño la configuración del producto es similar.
- Los dos productos presentan como base principal el material textil, haciéndolos a similares.
- Frente al mercado, los dos productos van dirigidos a mercados unisex.
- Los dos productos presentan la misma tipología de calzado tipo converse con suela de caucho.

² Observatorio de Calzado ACICAM - RADDAR.

- Los dos productos tienen un mismo uso al ser de la misma tipología.
- Calzado tipo Alpargata:
 - Estéticamente frente al consumidor, los productos presentan un valor percibido similar.
 - En diseño la configuración del producto es similar.
 - Los dos productos presentan como base principal el material textil, haciéndolos similares.
 - Frente al mercado, los dos productos van dirigidos a mujeres que buscan economía y precios asequibles, estas mujeres tienen rangos de edades y poderes adquisitivos similares, constituyendo el mismo segmento de mercado.
 - Los dos productos presentan la misma tipología de calzado tipo alpargata con suela de goma.
 - Los dos productos tienen un mismo uso al ser de la misma tipología.

7. IDENTIFICACIÓN DE DUMPING

i. Determinación del dumping para países con economía centralmente planificada

Para realizar el análisis de la práctica del dumping en las importaciones originarias de la República Popular China, se consideraron las disposiciones del Protocolo de Adhesión de ese país a la OMC, el cual en el párrafo 15 establece que por un plazo de 15 años contados a partir del año 2001, para determinar la comparabilidad de los precios de conformidad con el artículo VI del GATT de 1994 y el Acuerdo Antidumping, el Miembro de la OMC importador puede utilizar o bien los precios o los costos en la República Popular China de la rama de producción objeto de la investigación, o una metodología que no se base en una comparación estricta con los precios internos o los costos en dicho país, sobre la base de las siguientes normas:

- i) si los productores sometidos a investigación pueden demostrar claramente que en la rama de producción que produce el producto similar prevalecen las condiciones de una economía de mercado en lo que respecta a la manufactura, la producción y la venta de tal producto, el Miembro de la OMC utilizará los precios o costos en la República Popular China de la rama

de producción sometida a investigación para determinar la comparabilidad de los precios;

ii) el Miembro de la OMC importador podrá utilizar una metodología que no se base en una comparación estricta con los precios internos o los costos en la República Popular China, si los productores sometidos a investigación no pueden demostrar claramente que prevalecen en la rama de producción que produce el producto similar, las condiciones de una economía de mercado en lo que respecta a la manufactura, la producción y la venta de tal producto.

Aunque la República de Colombia reconoce formalmente el ingreso de la República Popular China a la Organización Mundial del Comercio - en adelante OMC- desde finales del 2001, actualmente nuestro país no ha otorgado el estatus de economía de mercado a China.

Por consiguiente, mientras Colombia no reconozca a este país como una economía de mercado, para los efectos se entenderá como economía centralmente planificada o en transición, y en ese sentido le serán aplicables las normas previstas en el Protocolo de Adhesión de la República Popular China a la OMC y la metodología descrita en la Sección II, artículo 15 del Decreto 2550 de 2010.

Así las cosas, cabe reiterar que específicamente en el ámbito de las medidas antidumping, el Protocolo de Adhesión de China a la OMC en la sección 15, literal a), establece que el país importador podrá utilizar una metodología que no se base en una comparación directa con los precios internos o los costos en China, tal como se enuncia a continuación:

"15. Comparabilidad de los precios para determinar las subvenciones y el dumping.

"En los procedimientos relacionados con importaciones de origen chino en un Miembro de la OMC se aplicarán el artículo VI del GATT de 1994, el Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 ("Acuerdo Antidumping") y el Acuerdo SMC, en conformidad con lo siguiente:"

"a) Para determinar la comparabilidad de los precios, de conformidad con el artículo VI del GATT de 1994 y el Acuerdo Antidumping, el Miembro de la OMC importador utilizará o

bien los precios o los costos en China de la rama de producción objeto de la investigación, o una metodología que no se base en una comparación estricta con los precios internos o los costos en China, sobre la base de las siguientes normas”:

“i) si los productores sometidos a investigación pueden demostrar claramente que en la rama de producción que produce el producto similar prevalecen las condiciones de una economía de mercado en lo que respecta a la manufactura, la producción y la venta de tal producto, el Miembro de la OMC utilizará los precios o costos en China de la rama de producción sometida a investigación para determinar la comparabilidad de los precios;”

ii) el Miembro de la OMC importador podrá utilizar una metodología que no se base en una comparación estricta con los precios internos o los costos en China si los productores sometidos a investigación no pueden demostrar claramente que prevalecen en la rama de producción que produce el producto similar las condiciones de una economía de mercado en lo que respecta a la manufactura, la producción y la venta de tal producto. (...)”³ (Negrita y subrayado fuera del texto).

Por esta razón, y atendiendo a lo establecido en el Protocolo de Adhesión, el valor normal para esta investigación se determinará con base en la metodología consagrada en el artículo 15 del decreto 2550 de 2010, según la cual el valor normal en países con economía centralmente planificada se obtendrá con base en “el precio comparable en el curso de operaciones normales al que se vende un producto similar en un tercer país con economía de mercado para su consumo interno –país sustituto-, o en su defecto para su exportación, o con base en cualquier otra medida que estime conveniente la autoridad investigadora.”

³ Artículo 15 literal d), Protocolo de Adhesión de República Popular China a la OMC: “d) Una vez que China haya establecido, de conformidad con la legislación nacional del Miembro de la OMC importador, que tiene una economía de mercado, se dejarán sin efecto las disposiciones del apartado a) siempre que la legislación nacional del Miembro importador contenga criterios de economía de mercado en la fecha de la adhesión. En cualquier caso, las disposiciones del apartado a) ii) expirarán una vez transcurridos 15 años desde la fecha de la adhesión. Además, en caso de que China establezca, de conformidad con la legislación nacional del Miembro de la OMC importador, que en una rama de producción o en un sector determinado prevalecen unas condiciones de economía de mercado, dejarán de aplicarse a esa rama de producción o sector las disposiciones del apartado a) referentes a las economías que no son de mercado. (Subrayado y negrita fuera del texto)”.

Tan es válido jurídicamente que este procedimiento ha sido permitido y utilizado por la Subdirección de Prácticas Comerciales, de manera reiterada y consistente, en varias investigaciones de productos originarios de este país.

Adicionalmente, la República Popular China es un país que ha sido sujeto pasivo de múltiples iniciaciones de investigación y consecuente imposición de derechos antidumping provisionales y/o definitivos, por países como Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Colombia, Estados Unidos, Rusia, India, Malasia, Marruecos, México, Pakistán, Sudáfrica, Tailandia, Turquía, Taipei Chino, Ucrania, Unión Europea, entre otros, tal como se desprende del Anexo C del Informe del Comité de Prácticas Antidumping de la OMC del 29 de octubre de 2013⁴.

En la actualidad, son pocos los países que producen calzado textil. Dentro de ellos, hemos seleccionado a República Dominicana como país sustituto de China para determinar el valor normal del calzado textil. Los criterios adoptados para la selección de este país se exponen a continuación.

Por último, vale la pena aclarar que, de acuerdo a lo establecido en el artículo 36 del Decreto 2550 de 2010, la selección del país sustituto y la información con la que se avala la procedencia legal de la utilización de dicho país, constituyen la información y las pruebas que razonablemente estuvieron al alcance del peticionario.

ii. País Sustituto

REPÚBLICA DOMINICANA

Tal y como fue señalado en líneas precedentes, toda vez que no es posible considerar a China como economía de mercado, para efectos de la presente solicitud, se tendrá como país sustituto a República Dominicana. Esta selección se hizo de conformidad con los criterios establecidos en el artículo 15 del Decreto 2550 de 2010. No obstante, aun cuando esta lista es enunciativa, y no taxativa se incluyen otros criterios que a consideración de la Subdirección de Prácticas Comerciales han sido tenidos en cuenta en el marco de otras solicitudes:

- Los procesos de producción de los dos países, los cuales son idénticos.
- La escala de producción.
- La calidad de los productos.

⁴ Se puede consultar el documento en línea www.wto.org : G/L/1053.

- La semejanza en las condiciones económicas de China y República Dominicana, países que son considerados como economías emergentes del tercer mundo.
- La similitud de China y República Dominicana como actores que son altamente relevantes en el mercado de exportaciones de bienes mundialmente.
- La importancia que revisten ambos países en la producción y en la exportación mundial de calzado textil.

El mercado de calzado textil dominicano resulta bastante similar al mercado chino de este producto. Si bien China es el principal exportador de calzado en el mundo, en el caso particular de calzado textil República Dominicana es un productor y exportador importante.

República Dominicana es un país cuya manufactura se ha concentrado principalmente en la producción de calzado, un número importante de las empresas que se encuentran ubicadas en Zona Franca son empresas dedicadas a este sector.

El crecimiento que ha tenido esta industria es muy grande al igual que China, mientras que en 2001 se exportaron US\$278.10 millones, para 2013 la cifra se disparó a US\$425.70 millones, es decir, un 53% mayor. Así mismo el número de empleados ha ido en aumento, en 2001 las empresas de Zonas Francas dedicadas a calzado y otros componentes aportaban 6,366 empleos, mientras que en el año 2013 se tenían 13,749 empleos.

Vale la pena destacar que la mayoría de su producción se encuentra destinada a la exportación, siendo así un exportador importante como sucede con China. Gran parte de la inversión extranjera se encuentra concentrada en esta industria.

“En la actualidad el sector zona franca está creciendo en forma acelerada en la fabricación de calzado para el mercado internacional, como lo demuestra la empresa de capital brasileño, Paquetá Colinas Business, instalada en el parque industrial de Guazumal, Tamboril, que dirige Micalo Bermúdez, donde se producen dos millones 200 mil pares de zapatos al año, y que emplea a unos 2,000 trabajadores. Esa empresa, según informaron sus ejecutivos al ministro de Industria y Comercio, José del Castillo Saviñón, quien visitó sus instalaciones recientemente, pretende ampliarse hasta triplicar el número de empleados que tiene en la actualidad. La empresa cuenta con una alta tecnología y aprovecha la mano de obra calificada de esta zona.”⁵

⁵ Ver <http://listindiario.com/el-norte/2013/4/4/271945/Santiago-bastion-de-industria-del-calzado>.

El caso de República Dominicana es bastante similar al de China, pues ambas industrias han crecido a un ritmo acelerado en poco tiempo, situándolos en una posición predominante como exportadores de calzado textil.

A nivel internacional se perciben estas similitudes entre ambas industrias, según el Secretario de Desarrollo Económico de México, Héctor López Santillana, la industria del calzado es nómada, va hacia países de menor costo, la industria del calzado a nivel de América Latina se está moviendo hacia República Dominicana, ahí hay condiciones de subdesarrollo como las que se viven en China y están encontrando una posibilidad aquí.

iii. Periodo de análisis de dumping

Con relación al período del análisis del dumping, el Artículo 22 del Decreto 2550 de 2010 señala que se podrá iniciar el procedimiento, cuando la rama de producción nacional haya sido perjudicada por importaciones de productos similares a precios de dumping, efectuadas dentro de los 12 meses anteriores a la solicitud, o que se hallen en curso. En este sentido, la información sobre valor normal y precios de exportaciones corresponde al periodo comprendido entre septiembre de 2013 y septiembre de 2014.

iv. Determinación del Valor Normal:

Conforme a lo expuesto en párrafos anteriores, el valor normal del calzado textil chino se calculó a partir de los precios de un tercer país sustituto, en este caso República Dominicana.

Así mismo, teniendo en cuenta que el Artículo 15 del Decreto 2550 de 2010, establece que:

“En las importaciones originarias de países con economía centralmente planificada, el valor normal se obtendrá con base en el precio comparable en el curso de operaciones comerciales normales al que se vende un producto similar en un tercer país con economía de mercado para su consumo interno – país sustituto –, o en su defecto para su exportación, o con base en cualquier otra medida que estime conveniente la autoridad investigadora.”

El mencionado artículo señala además, que la mercancía sobre la cual se determine el valor normal deberá ser originaria del país sustituto y cuando el valor normal se

determine según el precio de exportación en un país sustituto, dicho precio deberá referirse a un mercado distinto a Colombia.

De acuerdo con lo anterior, se realizó un análisis del comercio mundial de calzado, y se encontró que en el periodo 2010 - 2012 Estados Unidos se posicionó como el principal importador de calzado en el mundo, con 24.391 millones de dólares, equivalente al 22,6% de las importaciones totales, seguido por Alemania con un 7,5% del total, tal como lo reporta el World Footwear Yearbook de 2013.

Top 15 Importadores de Calzado 2012

#	Country	USD Millions	World Share	Average Price
1	USA	24,391	22,6%	\$10,64
2	Germany	8,065	7,5%	\$14,95
3	France	6,254	5,8%	\$14,38
4	UK	5,979	5,5%	\$10,42
5	Japan	5,513	5,1%	\$8,13
6	Italy	4,922	4,6%	\$16,34
7	Hong Kong	4,569	4,2%	\$11,92
8	Russia	4,011	3,7%	\$12,09
9	Netherlands	3,421	3,2%	\$16,79
10	Belgium	3,039	2,8%	\$12,72
11	Spain	2,626	2,4%	\$8,31
12	Canada	2,149	2,0%	\$13,32
13	Rep. Of Korea	1,680	1,6%	\$12,89
14	China	1,522	1,4%	\$30,24
15	Australia	1,500	1,4%	\$10,42

Fuente: Asociación Portuguesa de Calzado , sus componentes y Artículos de Cuero - Yearbook 2013. Pág 15.

En este sentido se consideró que Estados Unidos es el país distinto a Colombia que es el mejor referente para evaluar precios de exportación, por lo cual se analizaron las bases de datos de estadísticas de comercio exterior oficiales de ese país publicadas por el United States International Trade Commission (USITC)⁶ en la cual se encuentran datos actualizados a nivel mensual de importaciones estadounidenses de la partida 6404 en dólares y cantidades expresadas en pares. Así mismo, esta base de datos identifica los valores y cantidades por país de origen. (Ver Anexo No 16.).

⁶ Ver <http://www.usitc.gov/>.

Adicionalmente, a partir de la información del World Footwear Yearbook 2013, se encontró que República Dominicana se encuentra entre los 10 principales mercados de importación de calzado textil para Estados Unidos, y a su vez para República Dominicana, los Estados Unidos representan uno de sus principales destinos de exportación.

De acuerdo con lo anterior, se tomaron los valores en dólares⁷ de las importaciones de Estados Unidos de calzado textil originarias de República Dominicana y las cantidades expresadas en pares a nivel mensual, para el periodo comprendido entre septiembre de 2013 y junio de 2014, que corresponde al periodo de análisis del dumping. Cabe señalar que al momento de presentar esta solicitud, tanto las cifras oficiales de la DIAN como las publicadas por el USITC se encuentran actualizadas a junio de 2014; sin embargo, durante el proceso de investigación se aportará la información de los meses subsiguientes hasta completar la serie a septiembre de 2014.

Con base en la información de cantidades y valores en dólares consultada en la base de datos del USITC, se calculó el precio promedio ponderado de las importaciones de Estados Unidos originarias de República Dominicana y se encontró como valor normal un precio de **USD 22.85/par**.

Valor Normal	REPUBLICA DOMINICANA										
	2013					2014					
	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	TOTAL
Pares	26	44,746	43,445	77,362	43,551	58,204	66,157	57,498	30,184	51,884	473,057
%	0%	9%	9%	16%	9%	12%	14%	12%	6%	11%	100%
Valor USD	726,506	949,675	826,251	1,244,700	764,386	1,162,123	1,622,160	1,328,439	959,231	1,223,574	
Precio Implícito USD/Par	27,792.88	21.22	19.02	16.09	17.55	19.97	24.52	23.10	31.78	23.58	0.00
Precio Prom Ponderado	1.54	2.01	1.75	2.63	1.62	2.46	3.43	2.81	2.03	2.59	22.85

v. Precio de Exportación

En cuanto al precio de exportación de calzado textil de China a Colombia, se tomaron los precios FOB de las importaciones de septiembre de 2013 a junio de 2014:

Precio FOB

⁷ Según las notas metodológicas del USITC, el valor en dólares de las importaciones, corresponde al precio realmente pagado o por pagar por la mercancía cuando se vende para exportación, con exclusión de los derechos de importación en Estados Unidos, flete, seguro y otros gastos incurridos. (Ver Anexo No. 16).

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR
 Comisión Pública: _____
 Fecha: 930

	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	
China	10.96	11.60	9.15	10.74	11.38	9.54	10.16	12.29	10.03	13.37	
Promedio	1.36	1.77	1.53	0.91	0.69	0.57	0.73	1.66	0.79	0.87	10.88

Fuente: DIAN

vi. Ajustes al valor normal y al precio de exportación

Teniendo en cuenta que tanto el valor normal como el precio de exportación se encuentran en el nivel FOB y están expresados en dólares de los Estados Unidos, no es necesario realizar ningún tipo de ajuste.

vii. Margen de Dumping

Al comparar el valor normal del país sustituto, República Dominicana, con el precio de exportación de China a Colombia, se obtiene el siguiente margen de dumping en términos relativos y en términos absolutos:

REPUBLICA DOMINICANA

Valor normal	Precio Exportación	Margen Absoluto	Margen Relativo
22.85	10.88	11.96	110%

Fuente: USITC - DIAN.

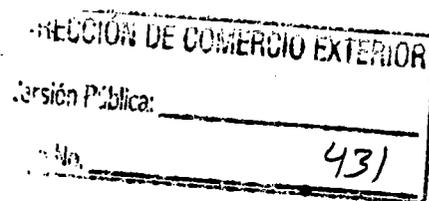
8. DETERMINACION DE LA EXISTENCIA DE DAÑO IMPORTANTE

El artículo 16 del Decreto 2550 de 2010, establece que la determinación de la existencia del daño deberá fundarse en pruebas y comprenderá el examen objetivo de la repercusión de las importaciones objeto de dumping sobre la rama de producción nacional de bienes similares. Esto se hará mediante el examen de los siguientes elementos:

- i. Comportamiento de todos los factores e índices económicos que influyan en el estado de una rama de producción nacional.

Antecedentes

El sector de calzado en Colombia en los últimos años ha venido sufriendo un incremento significativo de importaciones a precios significativamente bajos, cuyo origen principal son los países asiáticos y en especial China. En particular, se



observa cómo entre el año 2003 y el 2012, las importaciones de calzado aumentan de 20,8 millones de pares a 82,7 millones de pares, es decir **crecieron 297%**, lo que **significa que se multiplicaron 4 veces en 9 años**. Entre tanto, los precios de importación de calzado registraron unos niveles significativamente más bajos que los normales para este mercado.

IMPORTACIONES DE CALZADO ENERO A DICIEMBRE DE 2001 A 2012

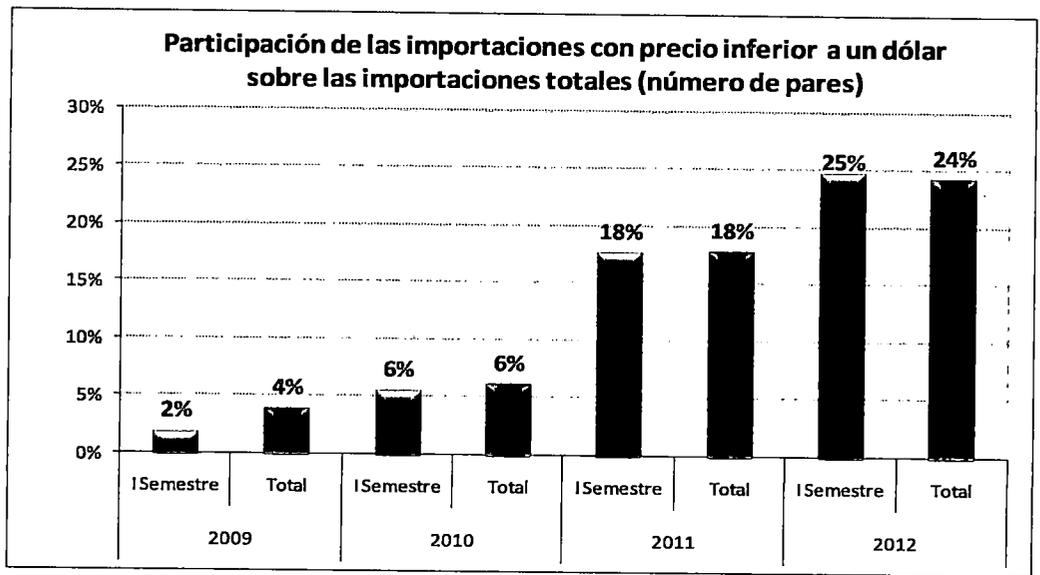
AÑO	IMPORTACIONES TOTALES			
	US\$Cif	US\$Valor Aduana	No. De Pares	Precio Implícito
2001	82.301.837	82.301.837	53.979.692	1,52
2002	70.203.430	70.203.430	27.065.579	2,59
2003	75.856.926	75.856.926	20.881.795	3,63
2004	98.675.581	99.059.653	32.340.053	3,06
2005	137.072.478	139.817.006	37.401.657	3,74
2006	174.072.837	177.012.578	38.385.972	4,61
2007	205.043.116	214.785.004	41.073.174	5,23
2008	240.425.789	250.996.865	36.653.920	6,85
2009	242.723.293	251.090.471	37.104.007	6,77
2010	318.807.319	320.664.062	45.250.341	7,09
2011	477.480.487	481.463.857	66.508.719	7,24
2012	566.573.382	574.869.698	82.722.620	6,95

Fuente: DIAN

Calculos. Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM

De hecho, adicional al incremento de las importaciones en volúmenes, vale la pena destacar que un porcentaje importante de dichas importaciones ingresaron al territorio nacional con precios inferiores a 1 dólar por par de calzado, tal como se observa a continuación.

DE COMERCIO EXTERIOR
CÓDIGO: 432



Fuente: DIAN

Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales - ACICAM

Así, en el año 2011 la participación de las importaciones de calzado con precio inferior a un dólar sobre las importaciones totales fue de 18%. Por su parte, en el año 2012 la participación de las importaciones con precio inferior a 1 dólar sobre las importaciones totales se incrementó a 24%.

Según cálculos de ACICAM, como consecuencia de lo anterior, la industria nacional de calzado⁸ que abastecía en el año 2003 más del 70% del consumo nacional, en el año 2012 vio reducida su participación a menos del 40% del mercado, lo que significó la quiebra y posterior cierre de un amplio número de empresas, especialmente pequeñas compañías y micro empresas que tradicionalmente se dedicaban a esta actividad en distintas regiones del país.

Al inicio del año 2013, ACICAM estimaba que la avalancha de calzado importado tenía en riesgo 100.000 empleos de esta industria⁹ ya que cerca del 42 % de las importaciones ingresaron al país a precios extremadamente bajos o por debajo del precio de referencia, lo que demostraba la existencia de una clara competencia desleal contra la producción nacional, pues dichas cotizaciones no respondían a la estructura de costos de ninguna fábrica a nivel mundial.

⁸ Incluye las categorías de calzado Full Injection; Cuero, sintético, textil y los demás.

⁹ <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/zapatos-chino-tienen-riesgo-100000-empleos-sector-calzado>

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

Versión Pública: 433

Página No.

Para 2013, el empleo del sector que se estima en cerca de 60.000 formales directos y 40.000 indirectos, había caído 2,3%. Además un sondeo general realizado por ACICAM muestra que en los últimos años, se cerraron alrededor de noventa y dos (92) empresas generando un grave impacto social en varias regiones del país, como Antioquia, Valle del Cauca, Norte de Santander y Cundinamarca. (Ver Anexo No. 17 - Empresas que han cerrado operación, se han liquidado o cambiaron de actividad -).

Debido a la grave crisis que venía sufriendo el sector, el 23 de Enero de 2013 el Gobierno Nacional expidió el Decreto 074, mediante el cual se estableció un arancel *ad valorem* del 10%, más un arancel específico de 5 dólares de Estados Unidos de América por par, para la importación de los productos clasificados por el Capítulo 64 del Arancel de Aduanas.

El Decreto 074 tenía una vigencia de un año contado a partir de la fecha de su entrada en vigor, (1 de Marzo de 2013), por lo cual expiraba el 1 de Marzo de 2014. En esta medida, el 28 de Febrero de 2014 el Gobierno expide el Decreto 456 mediante el cual se modifica el Decreto 074 en el siguiente entendido:

“Establecer un arancel ad valorem del 10%, más un arancel específico de 5 dólares de los Estados Unidos de América por par, para la importación de los productos clasificados por el Capítulo 64 del Arancel de Aduanas, cuyo precio FOB declarado sea menor o igual a 7 dólares de los Estados Unidos de América por par.

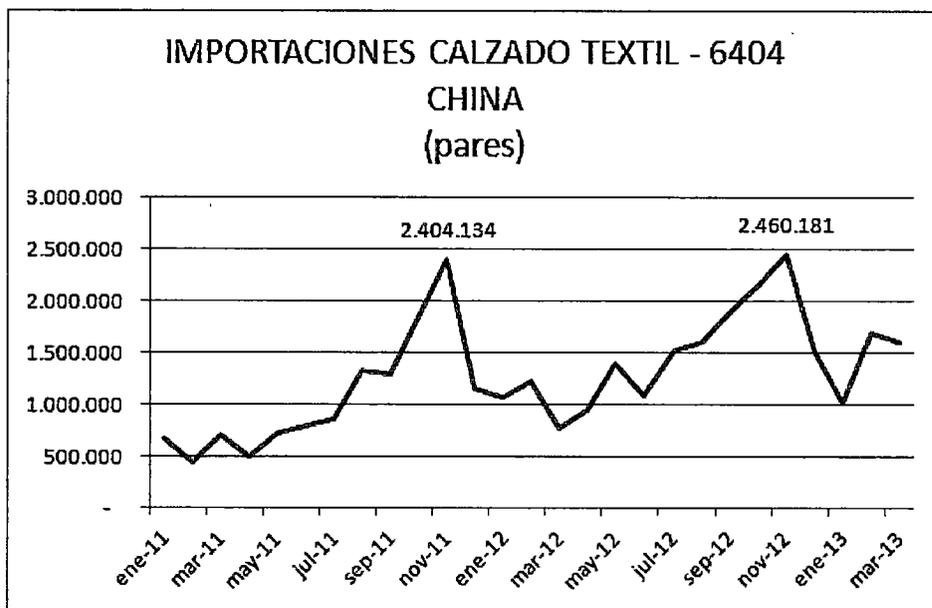
Establecer un arancel ad valorem del 10%, más un arancel específico de 1,75 dólares de los Estados Unidos de América por par, para la importación de los productos clasificados por el Capítulo 64 del Arancel de Aduanas, cuyo precio FOB declarado sea mayor a 7 dólares de los Estados Unidos de América por par.”

Impacto Decreto 074 y Decreto 456 en el sector de Calzado

De acuerdo con las cifras de la DIAN, a partir de la adopción de los mencionados Decretos, las importaciones de calzado en su conjunto se redujeron de 32,9 millones de pares en el período de enero a julio de 2013 a 28,1 millones de pares en igual período de 2014; mientras que los precios promedio de importación se ubicaron en USD 7,7 en los primeros siete meses de 2014. Además, la subfacturación de producto, medida frente a los precios de referencia, se redujo en 15% al pasar de 12,6 millones de pares entre enero y julio de 2013 a 11,2 el mismo lapso de 2014.

En cuanto a las importaciones con precio inferior a un dólar por par, éstas disminuyeron en 15% pasando de 6,1 millones de pares entre enero y julio del 2013 a 5,2 millones de pares en el mismo periodo de 2014. (Ver Anexo No. 18).

En particular, las importaciones originarias de China, que en promedio entre 2011 y marzo de 2013 representaron el 82,06% de las importaciones totales de calzado textil, registraron incremento permanente durante el periodo previo a la entrada en vigencia del Decreto 074. De hecho, la evaluación mensual destaca que en noviembre de 2012, las importaciones originarias de dicho país, alcanzan una cifra récord de 2.460.181 pares.



Fuente: DIAN

Por su parte, la evolución de la producción, las ventas y el empleo, según las cifras del DANE, mantuvieron variaciones negativas durante el 2013. Lo anterior, debido a que los importadores de calzado entre noviembre de 2012 y marzo de 2013 importaron más de 37,3 millones de pares, antes de que entrara en vigencia la medida, de manera que cuando se activa el arancel mixto, el mercado colombiano ya contaba con un elevado "stock" de producto importado. De hecho, mientras las ventas del comercio que incluyen comercialización de calzado importado, crecieron a un ritmo promedio de 8% durante el año 2013, las ventas de la industria del calzado registraron cifras negativas.

No obstante, la tendencia anterior a marzo de 2013, fecha en que entro en vigencia el Decreto 074, indicaba que de no haberse adoptado ninguna medida, la producción de calzado en Colombia hubiera caído -36,1% en el periodo de enero a

julio de 2014, es decir se hubiera reducido hasta un nivel de sólo 8,6 millones de pares.

En consecuencia, es evidente que hasta 2013 las importaciones de calzado especialmente el originario de China registraban un incremento significativo que estaba causando una seria afectación a la industria de calzado nacional y amenazaba seriamente su supervivencia, por lo cual fue necesaria y fundamental la adopción de las medidas consagradas en los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014, las cuáles permitieron contrarrestar el ingreso masivo de importaciones, especialmente las originarias de China.

No obstante el impacto negativo sobre la rama de producción nacional de calzado fue tal, que aún la industria no logra recuperarse, especialmente en el segmento de pequeñas y medianas empresas (que son la mayoría), tal como se muestra más adelante.

Desempeño de los indicadores económicos y financieros de la rama de producción nacional

Teniendo en cuenta los antecedentes que enmarcan el comercio de calzado en Colombia, el análisis del daño importante en la rama de producción nacional necesariamente debe realizarse a la luz del impacto que sobre las importaciones, el consumo nacional aparente y los indicadores económicos y financieros ha tenido la adopción de los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014.

Para tales efectos, solicitamos a la autoridad investigadora tomar como referente para este caso, los análisis técnicos y jurídicos plasmados en la **Resolución 0825 de 2007 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**, mediante la cual se adopta un derecho antidumping definitivo a las importaciones de productos del sector calcetería, clasificados por las subpartidas arancelarias 6115.10.10.00; 6115.30.10.00; 6115.10.90.00; 6115.30.90.00; 6115.95.00.00; 6115.96.00.00 y 6115.99.00.00; así como los análisis contenidos en el correspondiente Informe Técnico Final.

En particular, los análisis contenidos en la Resolución 0825 cobran gran importancia en la presente solicitud, ya que en el momento en que el Ministerio de Comercio evaluó y determinó la adopción de derechos antidumping a las importaciones de calcetines originarios de China, el comercio de dichos productos se encontraba regulado por la adopción de medidas orientadas a controlar el incremento desmedido de dichas importaciones, específicamente a través de: i.) una medida de salvaguardia en el marco del Decreto 1407 impuesta en agosto de 2004 y que incrementó el arancel NMF en 20 puntos porcentuales; ii.) una medida

SECCION DE COMERCIO EXTERIOR

versión Pública: _____

Folio No. 936

de salvaguardia en el marco del Decreto 1480 de 2005 equivalente a un sobre - arancel de 88% y que fue impuesta en septiembre de 2005 y expiró en marzo de 2006; y iii.) la adopción de un contingente de importaciones originarias de China que estuvo vigente entre marzo y junio de 2006.

Como se puede observar, el contexto en el que se determinó la adopción de derechos antidumping a las importaciones de calcetines originarias de China en el año 2007, es idéntico al que se presenta en la actualidad para el caso del comercio de calzado, por lo cual los análisis y conclusiones que a continuación se presentan se enmarcan en la metodología ya usada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Adicionalmente, tal como se explicó en el numeral 2 de la presente solicitud, sobre representatividad, para el caso del calzado textil, la empresa representativa es Venus Colombiana S.A. la cual participa con el % de la producción total de esta categoría de calzado y corresponde a una de las 10 empresas afiliadas a ACICAM que elabora este tipo de calzado.

NOMBRE DE LA EMPRESA: VENUS COLOMBIANA S.A.		2011		2012		2013		2014	
PRODUCTO INVESTIGADO: CALZADO TEXTIL		Julio		Julio		Julio		Julio	
En Unidades (pesos) y Miles de Pesos		Enero-Junio	Diciembre	TOTAL	Enero-Junio	Diciembre	TOTAL	Enero-Junio	Diciembre
INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS									
INGRESOS POR VENTAS NETAS - ('000 \$)									
Costo de Ventas - ('000 \$)									
PRECIO NOMINAL IMPUTADO EN ESTADO RESULTADOS - (\$/par)									
UTILIDAD BRUTA ('000 \$)									
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA %									
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (pesos)									
AUTOCONSUMO (pesos)									
VOLUMEN DE VENTAS NACIONALES (pesos)									
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTO TERMINADO (pesos)									
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTO TERMINADO (pesos)									
PRODUCTIVIDAD - en toneladas/par - \$/PROD NACIONAL TOTAL									
CAPACIDAD INSTALADA ASIGNADA AL PRODUCTO (pesos)									
USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA - % (2) - \$/PROD NACIONAL TOTAL									
EMPLEO DIRECTO (empleados o tiempo mas)									
VOLUMEN DE EXPORTACIONES (pesos)									
SALARIOS NOMINALES MENSUALES - Fortres\$/par ('000 \$)									

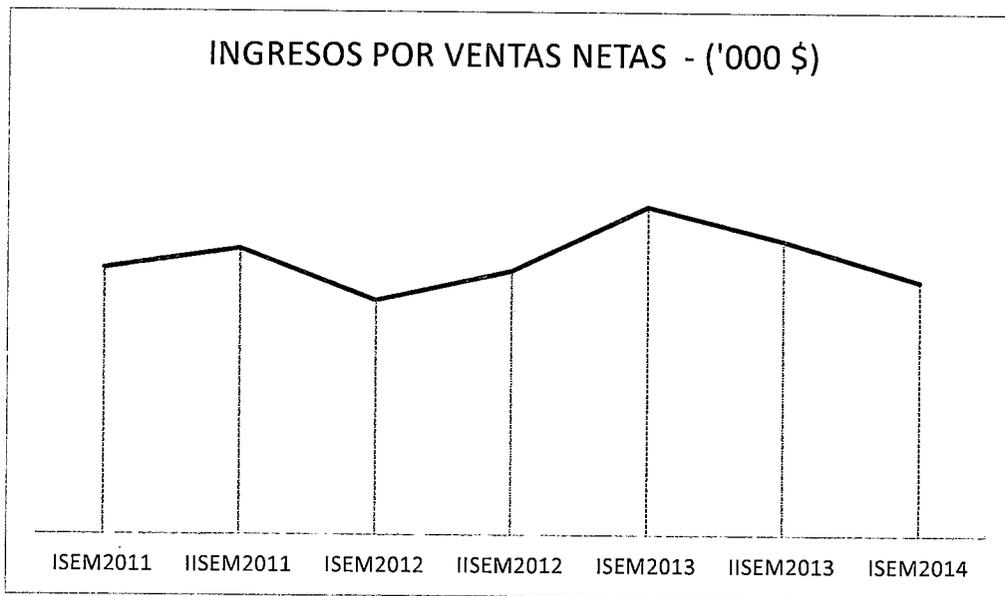
CONFIDENCIAL

DE COMERCIO EXTERIOR
 Pública: 437
 In:

NOMBRE DE LA EMPRESA: VENUS COLOMBIANA S.A.			
PRODUCTO INVESTIGADO: CALZADO TEXTIL			
En unidades (pares) y Miles de Pesos			
			VARIACION CRITICO - REFERENCIA
VARIABLES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS	REFERENCIA	CRITICO	VARIACION
	ISEM11- ISEM13	ISEM13- ISEM14	
INGRESOS POR VENTAS NETAS - ('000 \$)	CONFIDENCIAL		-0,28%
COSTO DE VENTAS - ('000 \$)			6,08%
PRECIO NOMINAL IMPLÍCITO EN ESTADO RESULTADOS - (\$/par)			-10,67%
UTILIDAD BRUTA ('000 \$)			-8,79%
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA %			-0,04
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (pares)			-17,65%
AUTOCONSUMO (pares)			
VOLUMEN DE VENTAS NACIONALES (pares)			11,42%
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)			12,59%
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTO TERMINADO (pares)			17,62%
PRODUCTIVIDAD - ton por trabajador- \$/PROD NACIONAL TOTAL			-15,11%
CAPACIDAD INSTALADA ASIGNADA AL PRODUCTO (pares)			0,00%
USO DE LA CAPACIDAD INSTALADA - % (2) - \$/PROD NACIONAL TOTAL			-9,65
EMPLEO DIRECTO (# empleados promedio mes)			-6,83%
VOLUMEN DE EXPORTACIONES (pares)			26,92%
SALARIOS NOMINALES MENSUALES - Por trabajador ('000 \$)			-

A continuación, se presenta el análisis de los indicadores económicos y financieros de la rama de producción nacional de calzado textil. Se debe tener en cuenta que desde 2013, el comercio de calzado en Colombia se encuentra administrado a través de las medidas impuestas mediante los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014, lo cual permitió controlar el ingreso masivo de importaciones a precios extremadamente bajos y atenuar la seria afectación que estaba atravesando la industria nacional. No obstante, como se explica a continuación los indicadores económicos y financieros de la línea de producción de calzado textil, continúa mostrando signos de daño importante.

Ingresos por Ventas

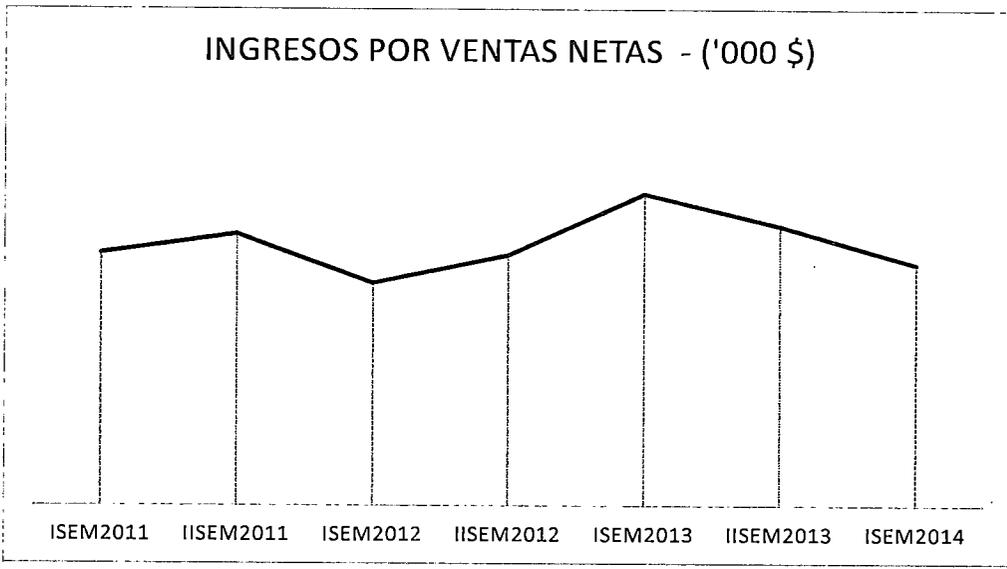


Los ingresos por ventas de la rama de producción nacional de calzado textil, presentaron una disminución de 9,65% en el año 2012 frente al 2011; sin embargo en el 2013 esta variable aumenta en 25,15%.

A nivel semestral se observa que los ingresos por ventas llegaron a su nivel más bajo en el primer semestre de 2012 (-18,11%), pero en el segundo semestre de ese año se recuperan en 12,87%. Durante el primer semestre de 2013 presentan un aumento de 24,35%. Para el segundo semestre de 2013, los ingresos por ventas descienden nuevamente en 10,19% y para el primer semestre de 2014 caen en 13,66%. Por su parte, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia muestra una baja de los ingresos (-0,28%), aún en presencia de los aranceles mixtos a la importación, fijados por los Decretos 074 y 456.

El comportamiento anterior evidencia claramente que a partir de la adopción de los Decretos 074 y 456, los ingresos por ventas registran recuperación, aunque en el segundo semestre de 2013 y en el primer semestre de 2014, en presencia de dichas medidas, esta variable nuevamente disminuye lo cual evidencia que se mantiene el daño importante en esta variable.

Utilidad bruta



Al comparar el desempeño de esta variable entre el año 2012 y 2011, se observa un descenso de 3,44%, mientras que entre 2013 y 2012 la utilidad bruta registra un incremento del 16,29%.

En el primer semestre de 2014 esta variable presenta la mayor caída (-19,81%). Por su parte, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia registra un descenso de la utilidad de 8,79%, aún en presencia de un comercio de calzado administrado, en virtud de las medidas de los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014.

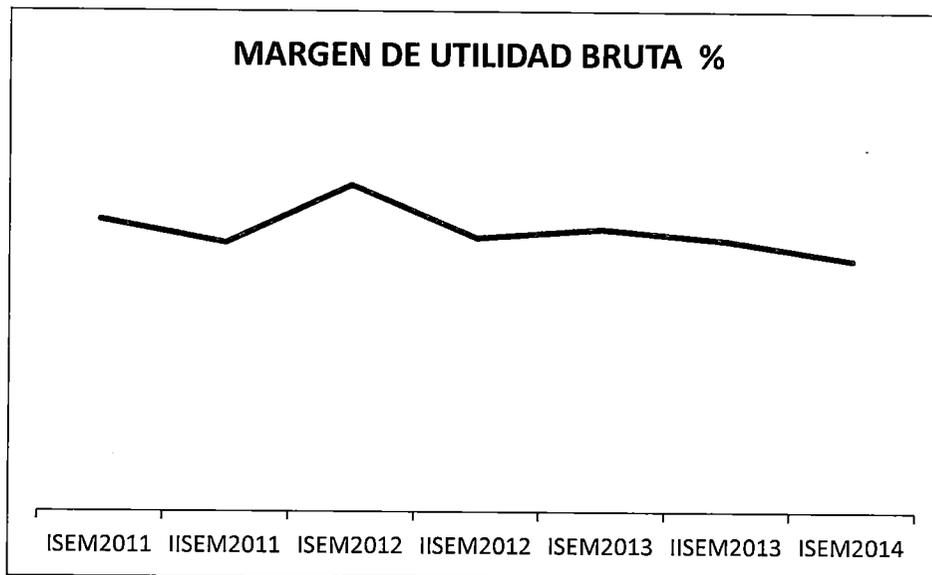
Por lo anterior, se encontró evidencia de daño importante en esta variable.

Margen de utilidad bruta

Versión Pública:

Folio No.

439

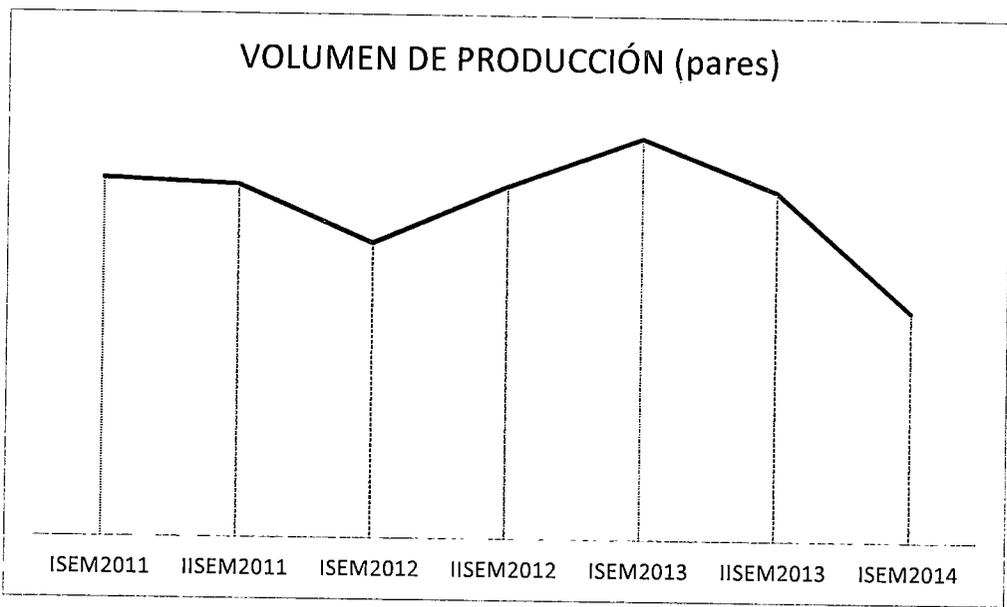


Entre 2012 y 2013 el margen de utilidad bruta desciende 3 puntos porcentuales, explicado por la caída en este indicador registrada en el segundo semestre de 2013 y primer semestre de 2014, equivalente a -2 puntos y -3 puntos.

La comparación entre el periodo crítico y el de referencia arroja una pérdida en el margen de utilidad equivalente a 4 puntos porcentuales.

En consecuencia, se encontró evidencia de daño importante en esta variable, aún en presencia de las medidas de los Decretos 074 y 456.

Volumen de Producción

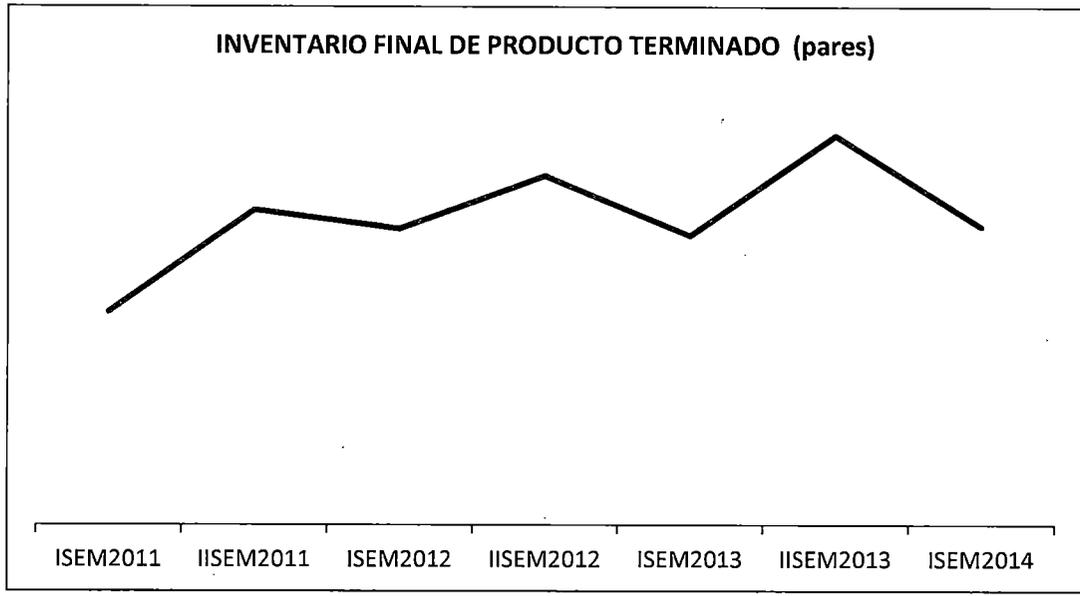


Se observa que en 2012, previo a la adopción del decreto 074, la producción de calzado textil disminuyó 8,88%, sin embargo, en 2013 aumentó en 16,02%.

No obstante, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia revela una caída de la producción equivalente a 17,65%, que se explica por la disminución de esta variable en 13,01% en el segundo semestre de 2013 y 34,12% en el primer semestre de 2014.

Teniendo en cuenta la caída de la producción en el año 2012 y durante el segundo semestre de 2013 y el primer semestre de 2014, es posible concluir que existe evidencia de daño importante.

Inventario Final

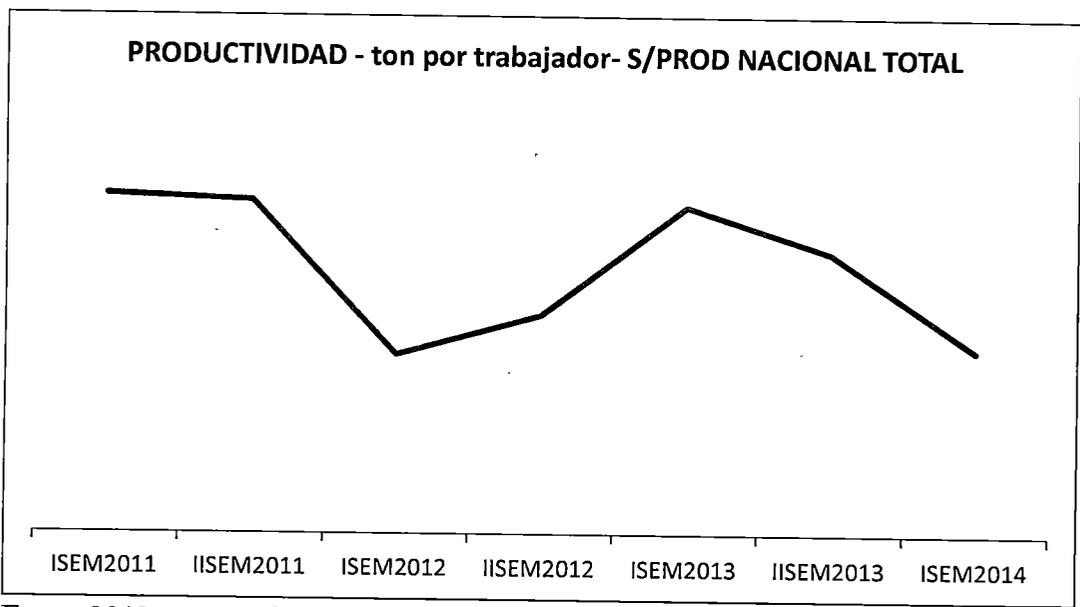


Al comparar el desempeño de esta variable entre el año 2012 y 2011, se observa un aumento de 10,99%, y entre 2013 y 2012 el inventario final registra un incremento del 11,50%, principalmente debido al aumento del 34,47% registrado durante el segundo semestre de 2013. Sin embargo, en el primer semestre de 2014 esta variable presenta una caída del 23,26%.

Por su parte, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia registra una acumulación del inventario final del 17,62%, aún en presencia de un comercio de calzado administrado, en virtud de las medidas de los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014.

Por lo anterior, se encontró evidencia de daño importante en esta variable.

Productividad



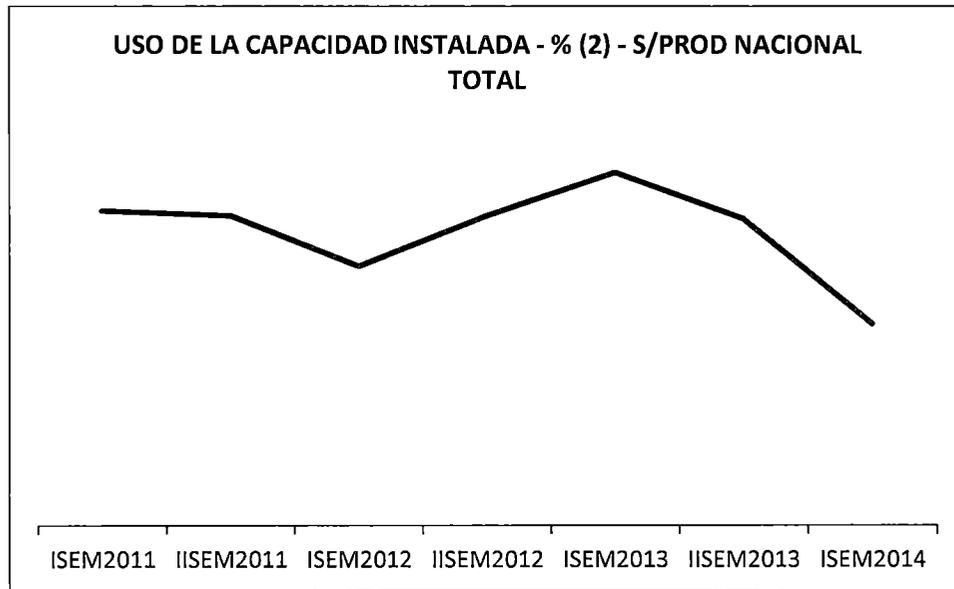
Entre 2012 y 2011 la productividad desciende 37,79%, explicado por la caída en este indicador registrada en el primer semestre de 2012 del 42,91%, mientras que entre 2013 y 2012 se registró un aumento del 47,15%, generado por un incremento del 44,54% durante el primer semestre de 2013.

Sin embargo, esta variable presentó una caída del 13,01% en el segundo semestre de 2013 y del 31,62% durante el primer semestre de 2014.

La comparación entre el periodo crítico y el de referencia arroja una pérdida en la productividad equivalente a 15,11%.

En consecuencia, se encontró evidencia de daño importante en esta variable, aún en presencia de las medidas de los Decretos 074 y 456.

Uso de la capacidad instalada

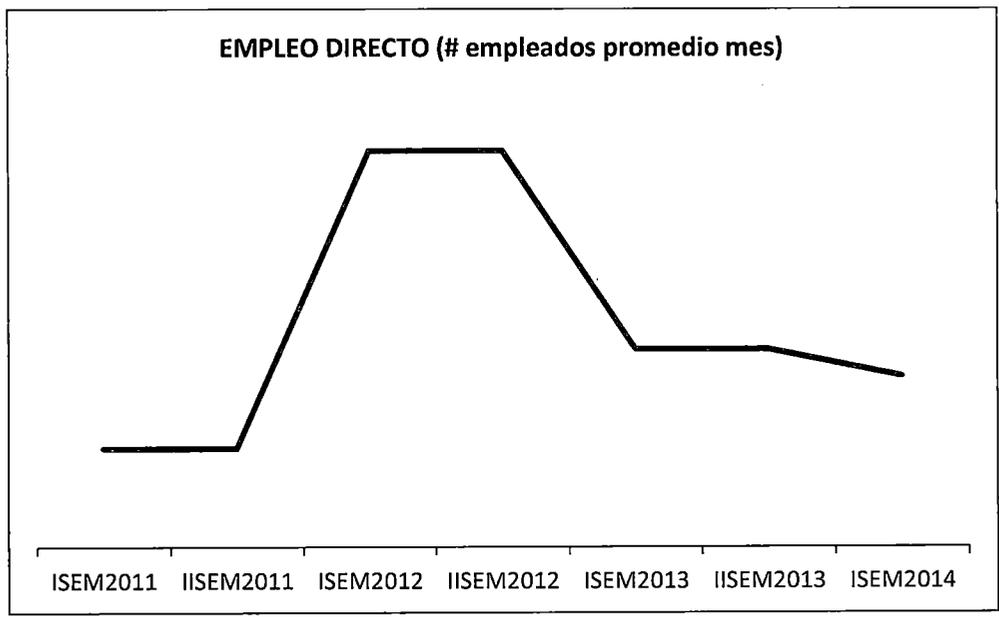


El análisis de la utilización de la capacidad instalada muestra descensos en los semestres analizados, a excepción del segundo semestre de 2012 y del primer semestre de 2013.

Por su parte, la evaluación anual evidencia un descenso de esta variable en 2012, ya que disminuye 4,9 puntos porcentuales. Finalmente, en el periodo crítico frente al de referencia, se observa un descenso de la utilización de la capacidad instalada en 9,65 puntos porcentuales, aún en presencia de las medidas adoptadas en virtud de los Decretos 074 y 456.

Lo anterior, evidencia la existencia de daño importante en esta variable.

Empleo Directo



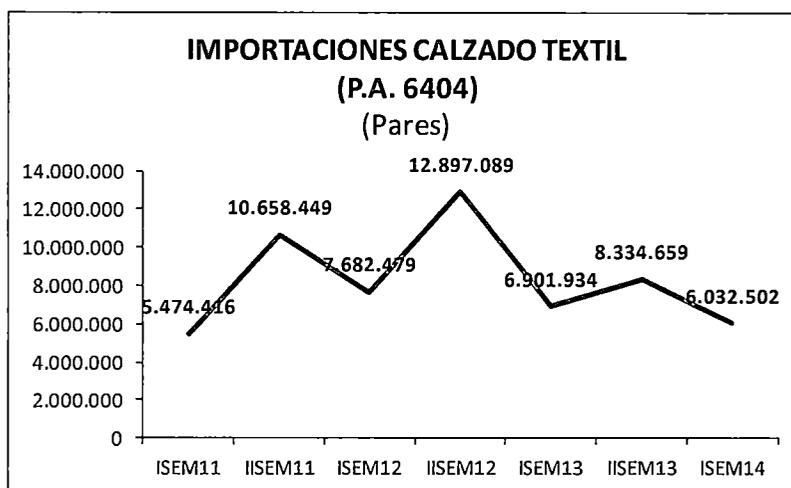
El empleo directo registra una fuerte caída en el primer semestre de 2013, equivalente a 21,15% y en el primer semestre de 2014 nuevamente registra descenso, (-3,66%).

Por su parte, la evaluación anual revela una caída del empleo directo de 21,15%, entre 2013 y 2012. Finalmente, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia muestra un descenso en el empleo equivalente a 6,83%, aún en presencia de las medidas de comercio administrado, en virtud de los Decretos 074 y 456.

En consecuencia, se encontró evidencia de daño importante en esta variable.

ii. **Análisis de las importaciones a precios de "dumping"**

VOLUMEN DE IMPORTACIONES



Fuente: Legiscomex - DIAN

P.A. 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00, 6405.20.00

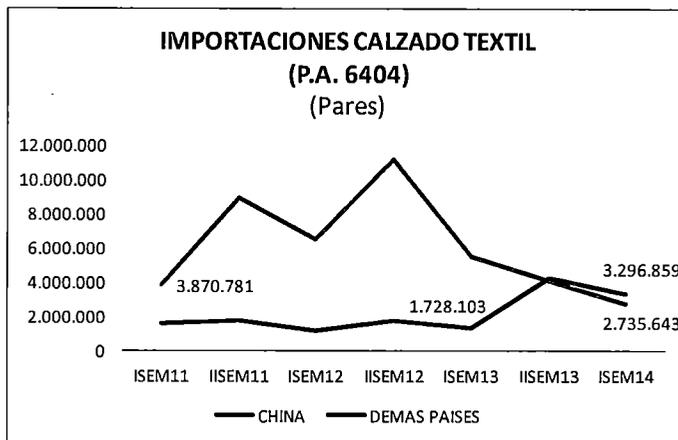
El comportamiento de las importaciones totales de **calzado textil** durante el periodo comprendido entre el primer semestre de 2011 y primero de 2014 presenta varios picos y valles, sin embargo se mantiene por encima de los 5 millones de pares de zapatos semestrales, durante todo el periodo de análisis.

Al comparar el volumen de importaciones de 2011, 2012 y el primer semestre de 2013 (periodo de referencia), versus el segundo semestre de 2013 y el primer semestre de 2014 (periodo del dumping) se observa una disminución de las compras internacionales de este tipo de calzado de 17,65%, lo que se explica por las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional mediante los Decretos 074 del 23 de enero de 2013 y 456 del 28 de febrero de 2014.

Se destaca además que mientras en promedio se importaban 7.199.594 pares de calzado originarios de China en el periodo anterior al dumping, durante el periodo de dumping se importaron 3.395.656 pares, equivalente a una caída del 52,84% que como ya se explicó, obedece a las medidas impuestas por el Gobierno Nacional. No obstante, en el periodo de dumping (segundo semestre de 2013 y primer semestre de 2014) se mantiene la participación de China como principal proveedor con el 47,27% del total de las compras internacionales.

Por su parte, en el periodo de referencia los demás países proveedores mantienen una participación del 17,46%, mientras que en el periodo de análisis del dumping, las importaciones de calzado textil originario de los demás países representan 53% dentro del total importado. En términos absolutos, se observa que en el periodo de referencia, las importaciones de calzado textil originario de los demás países se

ubicaron en 1.523.279, mientras que en el periodo del dumping (periodo crítico) se ubicaron en 3.787.925, lo que señala un aumento del 148,67%.



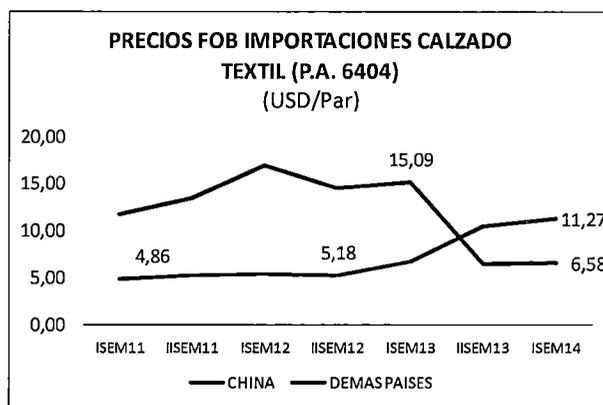
Fuente: Legiscomex - DIAN

P.A. 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00, 6405.20.00

Entre los principales proveedores después de China (con el 47,27% del total de las importaciones durante el periodo del dumping), se encuentra México con el 21,50%, seguido de Vietnam con 8,64%, Ecuador con el 6,40% y Perú con el 6,19%.

Lo anterior evidencia, que con la adopción de los Decretos 074 y 456 se generó una recomposición del comercio de los productos importados, que favoreció importaciones de países como México, Perú, y Ecuador, que resultaron excluidos de dichas medidas al tener Acuerdos Comerciales vigentes con Colombia.

PRECIOS FOB DE LAS IMPORTACIONES



Fuente: Legiscomex - DIAN

P.A. 6404.11.10, 6404.11.20, 6404.19.00, 6404.20.00, 6405.20.00

El precio FOB de las importaciones de **Calzado textil** originario de China ha aumentado de USD 4,86/par durante el primer semestre de 2011 a USD 11,27/par en el primer semestre de 2014, con un crecimiento cercano a USD 6,41/par, que en términos relativos representa un incremento del 131,76%. Esto gracias a las medidas adoptadas mediante los decretos mencionados anteriormente. Así mismo, el incremento en el precio, coincide con el menor volumen importado durante los últimos dos semestres de análisis.

Vale la pena anotar que si bien, los precios de las importaciones originarias de China se incrementaron en los dos últimos semestres analizados, se ubican en un rango que demuestra la presencia de la práctica desleal del dumping, tal como se explicó anteriormente. Lo anterior, ya que las medidas de los Decretos 074 y 456 están enfocadas a combatir la subfacturación, pero no la práctica del dumping.

Por su parte, las importaciones de calzado textil originarias de los demás países, presentaron una reducción en el precio de 43,45% entre el primer semestre de 2011 y el primer semestre de 2014, al pasar de USD 11,63/par a USD 6,58/par.

Cabe resaltar que a nivel individual por país, entre aquellos que presentaron cotizaciones por debajo de USD 10/par durante el período del dumping se encuentran Venezuela, Ecuador, México, Perú, Hong Kong, Pakistán y Bolivia, lo que evidencia una posible elusión de las medidas de los Decretos 074 y 456 a través de dichos países, que en su mayoría están excluidos de los mencionados Decretos por tener Acuerdos Comerciales vigentes con Colombia.

En conclusión, durante el periodo de análisis de la práctica del dumping, el calzado textil originario de la República Popular China mantiene su importante participación dentro de las compras internacionales colombianas. De hecho, aunque en el promedio semestral se reducen las compras de calzado originario de este proveedor, China se mantiene como el principal exportador de calzado textil a Colombia con una participación del 47%.

Además, si bien las cotizaciones de las importaciones originarias de China aumentan pasando de USD 4,86/par durante el periodo de referencia a niveles de USD 11,27/par, es evidente que estos precios son producto de la práctica desleal del dumping, por lo cual afectan a la rama de producción nacional.

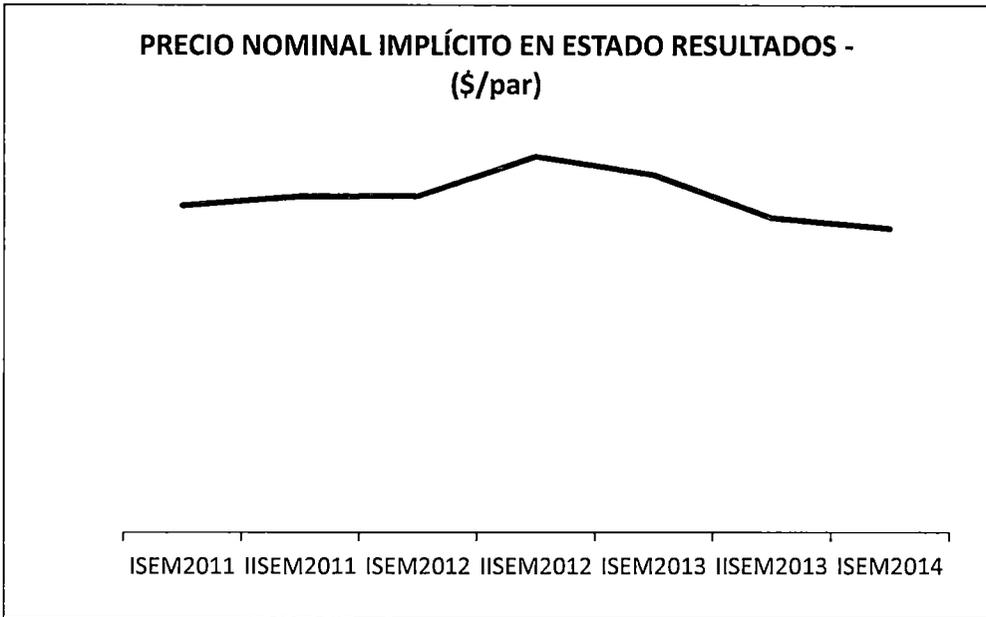
Precio FOB (USD/Par)													
	2011		Total 2011		2012		Total 2012		2013		Total 2013		2014
	ISEM	IISEM	ISEM	IISEM	ISEM	IISEM	ISEM	IISEM	ISEM	IISEM	ISEM	IISEM	ISEM
CHINA	4,86	5,24	5,12	5,40	5,18	5,26	6,68	10,52	8,30	11,27			
DEMÁS PAÍSES	11,63	13,40	12,55	16,82	14,47	15,42	15,09	6,43	8,53	6,58			
TOTAL	6,85	6,57	6,66	7,14	6,42	6,69	8,35	8,42	8,39	8,71			

Fuente: Legiscomex - DIAN

iii. Efecto de las importaciones objeto de dumping sobre los precios

Según el numeral 3 del Artículo 16 del Decreto 2550 de 2010, se debe tener en cuenta si ha habido una significativa subvaloración de precios del producto considerado en comparación con el precio del producto similar fabricado en Colombia, o si el efecto de tales importaciones es disminuir de otro modo los precios en medida significativa o impedir en la misma medida el incremento que en otro caso se hubiera producido por parte de la rama de producción nacional.

De acuerdo con lo anterior, se comparó para el periodo de análisis del daño, el comportamiento de los precios de las importaciones de calzado textil originario de China, expresado en dólares por par y el de los precios implícitos de los productores nacionales, también expresados en dólares por par. Así mismo, se analiza el comportamiento del precio nominal implícito en pesos/par.



Fuente: Venus Colombiana S.A.

Se observa que entre el primer semestre de 2011 y el primer semestre de 2013, el precio de las importaciones originarias de China se mantiene entre USD 4,86/par y USD 6,68/par, mientras que en el segundo semestre de 2013 y en el primer semestre de 2014 el precio de las importaciones originarias de ese proveedor se incrementan hasta llegar a USD 11,27/par.

Por su parte, la afectación en los precios implícitos del productor nacional se registró especialmente entre el primer semestre de 2013 y el primer semestre de 2014, cuando esta variable descendió -11,95% y 3,43%, respectivamente, lo cual evidencia que a pesar de la existencia de un comercio administrado de calzado importado, los precios de estos productos siguen estando distorsionados por la práctica desleal del dumping, y en consecuencia continúan impactando los precios nacionales.

En efecto, el precio nominal implícito de calzado textil, registra una fuerte caída en el segundo semestre de 2013, periodo en el cual alcanza un nivel de \$ /par y en el primer semestre de 2014 a un nivel de \$ /par, lo cual se ratifica en la evaluación anual, que muestra una caída del precio de 5,68% entre 2013 y 2012.

Por lo anterior, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia arroja una pérdida de 10,67%.

Cabe señalar que los precios del productor nacional se han mantenido en niveles bajos, ya que la efectividad que se buscaba con el Decreto 074 y 456 para combatir

las mínimas cotizaciones de las importaciones, se ha visto reducida dado que la medida ha sido eludida a través de Venezuela, Ecuador, México, Perú y Bolivia, países que resultaron excluidos de los Decretos por tener Acuerdos Comerciales Vigentes con Colombia. Sin embargo, es evidente que de levantarse los mencionados Decretos, nuevamente las importaciones originarias de China registrarán precios ínfimos, como lo hicieron entre 2011 y 2013.

iv. **Demostración de la relación causal entre las importaciones objeto del "dumping" y el daño a la rama de producción nacional**

El Decreto 2550 de 2010 establece que la demostración de la relación causal entre las importaciones objeto del "dumping" y el daño a la rama de producción nacional, se fundamentará en un examen de las pruebas pertinentes de que disponga la autoridad investigadora en cada etapa de la investigación e incluirá, entre otros elementos, una evaluación de todos los factores e índices económicos pertinentes.

La autoridad investigadora examinará cualquier otro factor conocido aparte de las importaciones objeto de dumping de que tenga conocimiento, que simultáneamente causen daño a la rama de producción nacional a fin de garantizar en desarrollo del principio de no atribución, que el daño causado por ese otro factor no se atribuya a las importaciones objeto de dumping.

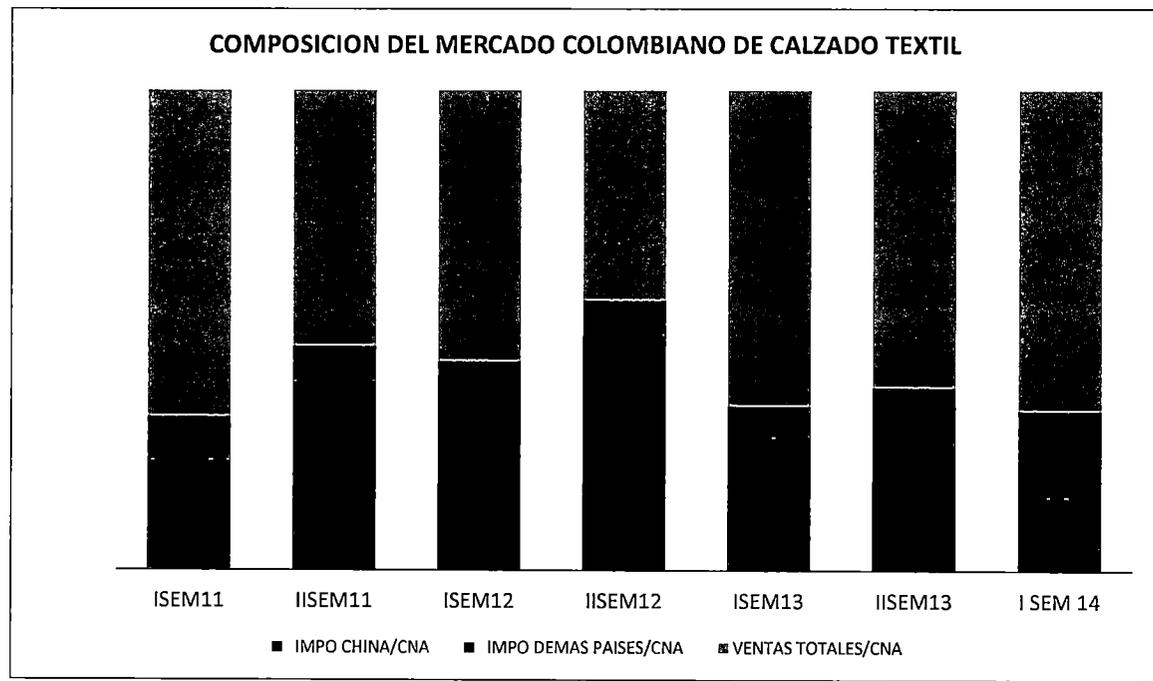
Entre los factores pertinentes a este objetivo se encuentran examinar el volumen y los precios de las importaciones no vendidas a precios de "dumping", la contracción de la demanda o las variaciones de la estructura del consumo, las prácticas comerciales restrictivas de los productores extranjeros y nacionales y la competencia entre unos y otros, la evolución de la tecnología, los resultados de la actividad exportadora y la productividad de la rama de producción nacional.

Evaluación del Mercado Colombiano de Calzado Textil

El análisis del mercado nacional de calzado textil tiene en cuenta el volumen de importaciones originarias de China y de los demás países, así como las ventas de los peticionarios, el estimativo de ventas de los demás productores afiliados a ACICAM y el estimativo de las ventas de los demás productores nacionales. Según cifras de este gremio, la producción de las empresas afiliadas en el año 2012 equivale a _____ pares, volumen que es superior a la cifra de producción registrada por el DANE en la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) - 2012¹⁰, y que

¹⁰ Las cifras más recientes publicadas por el DANE para la EAM corresponden al año 2012.

- **Ventas Muestra:** Corresponde a las ventas de Venus Colombiana S.A.
- **Ventas demás productores ACICAM:** Corresponde a las ventas estimadas de las demás empresas afiliadas a ACICAM y que fabrican calzado textil.
- **Sub Total Base ACICAM:** Sumatoria de las ventas de Venus Colombiana S.A. y de los demás productores afiliados a ACICAM
- **Sub Total Otros Productores:** Corresponde a las ventas estimadas de los productores informales o microempresas que no están afiliados a ACICAM, ni incluidos en las estadísticas del DANE.



En la tabla y gráfico anteriores, se observa que la participación de las importaciones originarias de China dentro del Consumo Nacional Aparente (CNA) de calzado textil, alcanzó sus puntos más altos entre el segundo semestre de 2011 (%) y el segundo semestre de 2012 (%); sin embargo, a partir de la entrada en vigencia de los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014, la participación de China disminuyó y en el primer semestre de 2014 llegó a un nivel de %. En la comparación entre el periodo crítico y el de referencia, se observa que China perdió 52,84 puntos porcentuales de participación.

La pérdida de mercado registrada por las importaciones originarias de China, ha sido compensada en parte por las importaciones de los demás países, que en el periodo crítico frente al de referencia se incrementa 148,67 puntos porcentuales. Lo

anterior, guarda relación con lo explicado en el acápite sobre importaciones, en relación con la posible elusión de las medidas adoptadas mediante Decretos 074 y 456, a través de países que no están cubiertos por el arancel mixto y que han entrado a cubrir parte del espacio dejado por las importaciones de China.

Por su parte, la participación del productor nacional dentro del mercado cayó a su nivel más bajo en el primer semestre de 2012 (%), periodo en el cual los productos chinos mantienen el mayor porcentaje de participación. No obstante, la comparación entre el periodo crítico y el de referencia, arroja un incremento en la participación de las ventas nacionales dentro del CNA, de 6,66 puntos porcentuales.

Lo anterior, evidencia que como resultado de la adopción de las medidas contenidas en los Decretos 074 y 456, el productor nacional ha podido incrementar en parte su participación de mercado, aunque las importaciones originarias de otros países también han ganado terreno. De todas maneras, es de esperarse que en el momento en que se levanten dichas medidas o expire el Decreto 456, las ventas nacionales volverán a contraerse y perderán presencia en el mercado colombiano de calzado textil y China retomará inmediatamente el liderazgo del mercado que registro entre 2012 y 2013.

Efecto de las importaciones a precios de dumping, en el desempeño de la rama de producción nacional

De acuerdo con la evaluación efectuada, se encontraron evidencias de la práctica del dumping en las importaciones de calzado textil, en un monto equivalente al 110%.

Se observó además que aunque las importaciones originarias de China han descendido en términos de volumen, mantienen una participación significativa dentro de las importaciones totales (47% en el periodo de la práctica del dumping).

Así mismo, como consecuencia de las medidas de los Decretos 074 y 456 las importaciones originarias de China pasaron de registrar precios FOB del orden de los US\$ /par en el periodo de referencia a niveles de US\$ /par en el primer semestre de 2014; sin embargo, este precio de US\$ evidencia la existencia de dumping, por lo cual la rama de producción nacional se encuentra afectada.

Además, los precios del productor nacional se han mantenido en niveles bajos, ya que la efectividad que se buscaba con el Decreto 074 y 456 para combatir las mínimas cotizaciones de las importaciones, se ha visto reducida dado que la

COMISION DE COMERCIO EXTERIOR	
Resolución Pública:	452
Nº:	

medida ha sido eludida a través de Venezuela, Ecuador, México, Perú y Bolivia, países que resultaron excluidos de los Decretos por tener Acuerdos Comerciales Vigentes con Colombia. Sin embargo, es evidente que de levantarse los mencionados Decretos, nuevamente las importaciones originarias de China registrarán precios ínfimos, como lo hicieron entre 2011 y 2013.

En cuanto al comportamiento del mercado, se encontró que entre 2011 y 2012, la participación de las importaciones originarias de China en el Consumo Nacional Aparente registró niveles superiores al %; mientras que a partir de la entrada en vigencia de los Decretos 074 de 2013 y 456 de 2014, la participación de China disminuyó y en el primer semestre de 2014 llegó a niveles de %. Sin embargo, la pérdida de participación de China, ha sido compensada en parte por las importaciones de los demás países, cuya participación en el CNA se incrementa 148,67 puntos porcentuales, lo cual puede explicarse por la posible elusión de los Decretos 074 y 456.

Por su parte, el productor nacional incrementó su participación de mercado en 6,66 puntos porcentuales. De todas maneras, es de esperarse que en el momento en que se levanten dichas medidas o expire el Decreto 456, las ventas nacionales volverán a contraerse y perderán presencia en el mercado colombiano de calzado textil y China retomará inmediatamente el liderazgo del mercado que registro entre 2012 y 2013.

Por su parte, el análisis de los indicadores económicos y financieros de la rama de producción nacional muestra que aún en el escenario de un comercio administrado, el comportamiento de los ingresos por ventas, la utilidad bruta, el margen bruto, los precios nacionales, el volumen de producción, inventario final, productividad, uso de la capacidad instalada y empleo directo registra evidencia de daño importante.

Lo anterior muestra que si bien, en su conjunto el sector productor de calzado en Colombia, logró incrementar su participación de mercado a partir de la adopción de los Decretos 074 y 456, la situación económica y financiera de la rama de producción nacional continúa siendo crítica, ya que a pesar del retroceso de China en términos de volumen, aún continúa ingresando al país un número significativo de calzado a precios significativamente bajos como consecuencia de la práctica del dumping, que están afectando la producción nacional.

Medidas de Defensa Comercial impuestas por otros países a China

Las medidas antidumping impuestas a China en el sector de calzado no son una novedad en el contexto internacional, por el contrario han sido muchas las medidas que diversos países han impuesto sobre las importaciones de calzado originarias de China.

El 5 de octubre de 2006 la **Unión Europea**, que es un mercado importante de exportación de China, mediante el Reglamento 1472 (Ver Anexo No. 19), estableció un derecho antidumping sobre las importaciones de calzado de la partida 6403, salvo unas excepciones, originario de China y Vietnam, por un periodo de dos años. El derecho antidumping para la empresa china Golden Step fue 9,7% y para las demás empresas de ese país fue 16,5%; mientras que para todas las empresas de Vietnam, exportadoras del calzado clasificado por dicha partida, el derecho antidumping correspondía al 10%. Esta medida actualmente no está vigente para el calzado de China ni de Vietnam.

En el año 2010, **Brasil** impuso derechos antidumping sobre las importaciones originarias de China del universo de subpartidas que conforman el capítulo de calzado, específicamente del 6402 al 6405, salvo unas pocas excepciones de calzado especializado. Mediante Resolución No. 14 del 3 de Marzo de 2010 (Ver Anexo No. 19) el Gobierno brasilero impuso un derecho definitivo por cinco años de USD \$13,85 por par.

Por su parte, mediante la resolución N° 005 - 97 del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual del Perú - INDECOPI - (Ver Anexo No. 19), publicada en el diario oficial "El Peruano" el 15 y 16 de marzo de 1997, el Gobierno de Perú dispuso la aplicación de derechos antidumping definitivos sobre las importaciones de diversas variedades de calzado originario de China, que ingresaba a través de quince subpartidas arancelarias.

En 2000, el gobierno peruano mediante la Resolución N° 001 de 2000, modifica los derechos antidumping impuestos sobre las importaciones de cinco de las quince subpartidas referidas en la Resolución N° 005 de 1997. Estos derechos antidumping fueron aplicados a calzado de China y de Taiwán (Ver Anexo No. 19).

Esta medida fue prorrogada solo para el calzado originario de China en 2009, mediante la Resolución N° 181 de 2009 (Ver Anexo No. 19) y posteriormente, en 2011 el Gobierno de Perú expidió la Resolución No. 161 de 2011 (Ver Anexo No. 19), que prorroga esta medida, la cual impone derechos antidumping sobre las importaciones de calzado de China según los rangos de precios FOB unitarios. El derecho se impuso de la siguiente forma:

Anexo de la Resolución N° 161-2011/CFD-INDECOPI
Derechos antidumping definitivos sobre las importaciones de calzado originario de China
según rango de precios FOB unitarios
(En US\$ por par de calzado)

Grupo	DPA	Zapatillas			Zapatillas			Botas			Botas de hiking			Pantuflos			Otros		
		Mayor a igual	Menor a	Derecho	Mayor a igual	Menor a	Derecho	Mayor a igual	Menor a	Derecho	Mayor a igual	Menor a	Derecho	Mayor a igual	Menor a	Derecho	Mayor a igual	Menor a	Derecho
G1: Calzado con la parte superior de caucho o plástico	6402.13.00.00	4.77	8.90	8.41	8.43	8.10	8.83	9.49	12.81	2.82	11.12	12.80	7.71	3.97	4.91	0.27	11.12	12.80	2.97
	6402.20.00.00	8.54	4.72	1.24	4.84	6.43	1.95	7.21	8.88	8.77	8.34	11.42	6.12	2.84	2.82	8.45	8.34	11.42	8.77
	6402.91.00.00	2.34	3.58	3.07	3.24	4.34	3.47	4.04	7.77	18.82	8.54	8.34	9.54	9.94	2.84	1.09	8.24	9.54	14.42
	6402.99.00.00	1.14	2.26	2.80	4.42	3.24	6.43	2.42	8.84	27.87	2.78	5.18	11.91	8.88	1.84	4.27	2.78	8.54	22.42
G2: Calzado con la parte superior de cuero natural	6403.91.00.00	13.23	18.54	8.84	12.07	15.29	8.84	24.32	30.42	2.29	14.54	18.20	1.71	8.32	7.91	0.22	24.32	30.42	2.29
	6403.91.00.00	9.92	13.23	1.82	8.05	12.07	1.92	18.24	24.82	8.89	14.58	8.12	4.74	6.12	0.25	19.24	24.32	8.89	
	6403.10.00.00	6.42	8.82	3.21	4.54	9.05	3.21	13.16	19.24	14.42	7.28	18.82	8.84	4.24	1.09	4.24	18.24	14.42	
		3.31	8.82	4.42	3.02	8.04	4.48	6.08	12.14	18.28	3.84	7.28	11.58	7.58	3.18	1.52	4.28	12.14	14.42
G4: Calzado con la parte superior de cuero natural	6403.99.00.00	18.14	22.83	1.93	12.07	15.29	8.84	24.32	30.42	2.29	14.54	18.20	1.71	8.32	7.91	0.22	24.32	30.42	2.29
	6403.99.00.00	13.14	18.14	6.78	8.05	12.17	1.92	18.24	24.82	8.89	14.58	8.12	4.74	6.12	0.45	19.24	24.32	8.89	
		9.05	12.58	7.87	6.84	9.05	3.21	13.16	19.24	14.42	7.28	18.82	8.84	4.24	1.09	4.24	18.24	14.42	
		4.53	8.28	11.18	3.02	8.04	4.48	6.08	12.14	18.28	3.84	7.28	11.58	7.58	3.18	1.52	4.28	12.14	14.42
G5: Los demás calzados	6405.90.00.00	18.14	22.83	1.93	12.07	15.29	8.84	24.32	30.42	2.29	14.54	18.20	1.71	8.32	7.91	0.22	24.32	30.42	2.29
		13.14	18.14	6.78	8.05	12.17	1.92	18.24	24.82	8.89	14.58	8.12	4.74	6.12	0.45	19.24	24.32	8.89	
		9.05	12.58	7.87	6.84	9.05	3.21	13.16	19.24	14.42	7.28	18.82	8.84	4.24	1.09	4.24	18.24	14.42	
		4.53	8.28	11.18	3.02	8.04	4.48	6.08	12.14	18.28	3.84	7.28	11.58	7.58	3.18	1.52	4.28	12.14	14.42

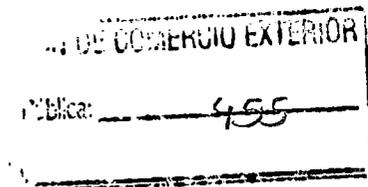
722655-1

Estas medidas estarían vigentes hasta el 9 de noviembre de 2014, por lo cual el sector peruano de calzado solicitó en marzo de 2014 el inicio del examen por su expiración y mediante el informe N° 027 del 29 de septiembre de 2014 del INDECOPI (Ver Anexo No. 19), el gobierno peruano señala que corresponde disponer el inicio del procedimiento de examen por expiración de las medidas.

El 29 agosto de 2014, en la página 19 de la Primera Sección del Diario Oficial de México se publicó un Decreto (Ver Anexo No. 19) expedido por la Secretaria de Economía, mediante el cual estableció un marco "que permita impulsar acciones que propicien la productividad del sector calzado, mediante una política industrial innovadora encaminada a su consolidación y al incremento de su competitividad, así como indicar acciones que la Administración Pública Federal podrá instrumentar para la prevención y combate de la práctica de subvaluación de mercancías importadas."

Específicamente el artículo tercero del Decreto en mención, prevé la necesidad de "establecer medidas de regulación y restricción no arancelarias a la importación, las cuales podrán consistir en permisos previos automáticos, entre otras, conforme a la Ley de Comercio Exterior."

Cabe señalar que en el pasado ya México había impuesto derechos antidumping sobre las importaciones de calzado (partidas 6401, 6402, 6403, 6404, 6405 y 6406)



originarias de China, mediante Resolución del 30 de Diciembre de 1993 (Ver Anexo No. 19). Esta Resolución impuso derechos antidumping superiores a 200%, así como precios bases alrededor de USD 15 por par.

Argentina en el año 2010 mediante Resolución 46 del 17 de Marzo, impuso un derecho antidumping de USD 13,38 por par sobre las importaciones de calzado originarias de China, la medida recae sobre las subpartidas 6401.10.00, 6401.92.00, 6401.99.10, 6401.99.90, 6402.19.00, 6402.20.00, 6402.91.10, 6402.91.90, 6402.99.10, 6402.99.90, 6403.19.00, 6403.20.00, 6403.40.00, 6403.51.10, 6403.51.90, 6403.59.10, 6403.59.90, 6403.91.10, 6403.91.90, 6403.99.10, 6403.99.90, 6404.11.00, 6404.19.00, 6404.20.00, 6405.10.10, 6405.10.20, 6405.10.90, 6405.20.00 y 6405.90.00, y se impuso por el término de cinco años. (Ver Anexo No. 19).

Finalmente, **Turquía** impuso una medida de salvaguardia global definitiva por tres años en forma de un derecho específico para el calzado de las líneas sintético, de cuero y textil, mediante la Decisión N° 26225 del Consejo de Ministros, publicada en el Diario Oficial del 11 de julio de 2006, luego de demostrar el daño grave ocasionado por incrementos de importaciones de calzado del orden de 111% entre años analizados. El derecho fijo mediante el cual se adoptó la salvaguardia, fue de USD 2 por par para las partidas 6402 y 6404 y de USD 3 por par para la partida 6403, para el primer año.

Esta salvaguardia fue prorrogada por otros tres años en 2009. Nuevamente en 2012, la salvaguardia fue prorrogada por dos años más (Ver Anexo No. 19), tras realizar investigaciones que corroboraron la necesidad de mantener en vigor la aplicación de la medida de salvaguardia. Cabe señalar que durante los primeros tres meses de 2012, China se empezaba a consolidar como el principal proveedor de calzado en Turquía.

China como líder indiscutible en la producción y comercio mundial de calzado

Teniendo en cuenta el amplio número de medidas de Defensa Comercial que se encuentran vigentes para las importaciones de calzado originarias de China, es evidente que Colombia continuará siendo un destino importante de las exportaciones chinas y se mantendrá como un mercado atractivo para reorientar las exportaciones que se han visto limitadas por los derechos antidumping y salvaguardias adoptadas en Europa, Brasil, Perú, México, Argentina y Turquía.

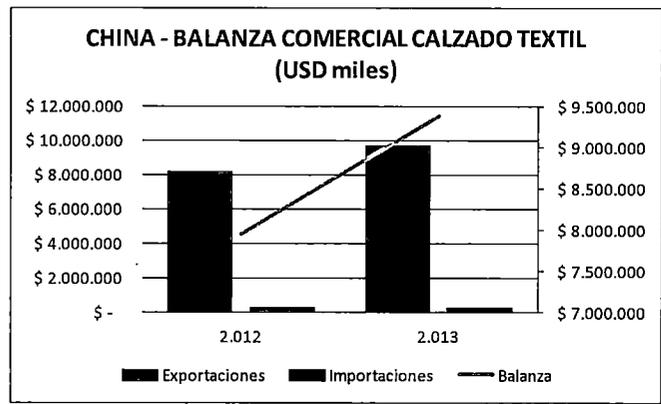
Lo anterior, cobra más importancia si se tiene en cuenta que China continúa posicionado como el principal productor y exportador de calzado a nivel mundial. En efecto, según el World Footwear Yearbook, para el año 2012, en China se

produjeron 13.300 millones de pares, de los cuales se exportan 10.075 millones. De estas ventas internacionales el calzado de caucho y plástico participa con el 60%, el de cuero con el 8%, el de línea textil participa con el 20%, el impermeable 1% y las demás categorías con el 11%.

En términos de comercio, las cifras de TRADEMAP para el año 2013, evidencian que China es un exportador neto de calzado y se mantiene en el primer lugar dentro del ranking mundial, con exportaciones que superan los USD 9 mil millones, sólo en la categoría de calzado textil.

TOP 5 - EXPORTADORES	
6404	
País Exportador	Valor USD (miles)
China	9.685.868
Viet Nam	3.471.529
Bélgica	1.358.157
Indonesia	905.620
Alemania	890.132
Otros países que reportan	5.493.360
Total exportaciones en el mundo	21.804.666

Fuente: Trademap. ITC



Fuente: Trademap. ITC.

Por su parte, un estudio del Hong Kong Trade Development Council (Ver Anexo No. 20) de junio de 2014, destaca la fortaleza de la industria de calzado en China y su importante presencia en el mercado interno de ese país. En particular, señala la existencia de cuatro importantes clusters de producción de calzado localizados especialmente en la región de la costa sur-este del país. El primero está localizado en Guandong, especializado en calzado de medio y alto valor agregado. El

COMISIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

Comisión Pública:

457

No.

segundo, es la industria de Zhejiang que produce principalmente calzado para hombre de medio y bajo costo.

El tercer cluster se encuentra en la región oeste, liderado por Chengdu and Chongqing, donde prima el calzado para mujer de medio y bajo valor agregado. El cuarto se encuentra en Fujian y se produce principalmente calzado deportivo.

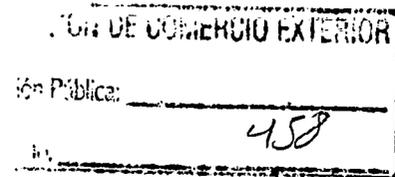
El estudio destaca además, la importancia de este sector en China y resalta las mejoras en innovación y tecnología de las empresas chinas, que les permite ser competitivas y avanzar hacia una producción más especializada. De hecho, se espera que los cambios en tecnología, introducción de nuevos materiales y procesos apoyen un mayor desarrollo de esta industria. Así mismo, para optimizar costos, se está adelantando un proceso de relocalización de plantas a zonas que brinden mayores ventajas competitivas. Un ejemplo de ello es el de la industria de Wenzhou que ya comenzó a trasladarse a la región oeste del país.

Adicionalmente, ya comienzan a posicionarse un número considerable de marcas de producción local, entre ellas Li Ning, Belle, Aokang, Anta y Daphne.

No obstante, debe tenerse en cuenta que China es un economía centralmente planificada en la cual aún interviene el estado alterando las condiciones de mercado de este tipo de producto. En esta medida sus condiciones de competencia frente a sus pares internacionales, no son equitativas y por ende no se encuentran en el mismo plano.

Lo anterior evidencia que la industria de calzado textil en China, cuenta con la suficiente oferta exportable para mantener el ritmo creciente de ventas externas hacia Colombia, pues es claro que a nivel interno esta industria se ha fortalecido y está avanzando en estrategias que le permitirán incluso aumentar sus ventajas competitivas, que han posicionado a este país como el principal exportador de calzado textil en el mundo.

En cuanto a los demás destinos de exportación, se destaca que en la actualidad China exporta calzado textil a 185 destinos, según revelan las estadísticas de Trademap para 2013. De este total, Colombia se ubica en la posición 58 con un total de USD 16 millones, de manera que nuestro mercado resulta de gran relevancia para las exportaciones chinas. Lo anterior, sin contar con el comercio de productos originarios de China que ingresan a Panamá y tienen como destino final Colombia, pues como se observa en las siguientes tablas, el mercado panameño reviste una mayor importancia para China y en el periodo 2012 y 2013, el vecino país se ha posicionado dentro de los primeros 20 destinos de exportaciones de calzado textil.



TOP 20 - EXPORTACIONES CHINA. CALZADO TEXTIL - 2013

No.	Importadores	Valor exportado en 2013 (USD miles)
1	Estados Unidos de América	\$ 3.124.702,00
2	Japón	\$ 709.117,00
3	Alemania	\$ 518.807,00
4	Reino Unido	\$ 466.674,00
5	Hong Kong (China)	\$ 270.105,00
6	Franca	\$ 258.909,00
7	Países Bajos (Holanda)	\$ 258.328,00
8	España	\$ 253.590,00
9	Federación de Rusia	\$ 245.246,00
10	Bélgica	\$ 218.974,00
11	Sudafrica	\$ 213.107,00
12	Malasia	\$ 199.442,00
13	Canadá	\$ 185.852,00
14	Corea, República de	\$ 177.981,00
15	Australia	\$ 168.816,00
16	Italia	\$ 143.916,00
17	Chile	\$ 130.681,00
18	Panamá	\$ 120.685,00
19	Emiratos Árabes Unidos	\$ 112.910,00
20	Viet Nam	\$ 93.723,00
58	Colombia	\$ 16.169,00

Fuente: Trademap. ITC.

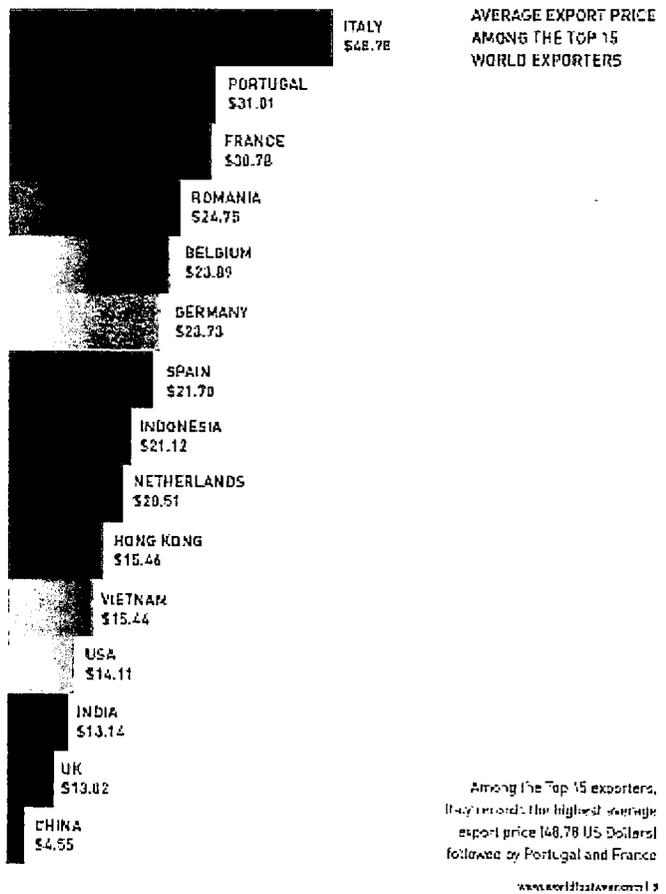
TOP 20 - EXPORTACIONES CHINA. CALZADO TEXTIL - 2012

No.	Importadores	Valor exportado en 2012 (USD miles)
1	Estados Unidos de América	\$ 2.880.485,00
2	Japón	\$ 598.200,00
3	Alemania	\$ 427.853,00
4	Reino Unido	\$ 410.024,00
5	Hong Kong (China)	\$ 259.700,00
6	España	\$ 220.642,00
7	Franca	\$ 220.453,00
8	Sudafrica	\$ 217.006,00
9	Países Bajos (Holanda)	\$ 213.956,00
10	Bélgica	\$ 187.271,00
11	Malasia	\$ 173.673,00
12	Corea, República de	\$ 167.930,00
13	Panamá	\$ 160.731,00
14	Federación de Rusia	\$ 159.468,00
15	Australia	\$ 158.496,00
16	Canadá	\$ 151.974,00
17	Italia	\$ 114.967,00
18	Emiratos Árabes Unidos	\$ 86.560,00
19	Chile	\$ 82.784,00
20	Venezuela	\$ 63.847,00
45	Colombia	\$ 21.467,00

Lo anterior demuestra que en China existe una suficiente capacidad disponible y Colombia continuará siendo un destino muy importante de las exportaciones de calzado textil originario de China, que ingresará al país a precios de dumping. A lo anterior se suma, la importante presencia de Panamá como destino de las exportaciones chinas y país de procedencia de los productos que ingresan a Colombia.

En el World Footwear Yearbook del año 2014, China no solo lidera el grupo de los 15 principales exportadores del mundo, con más de 48 mil millones de dólares en el 2013, sino que también se encuentra en el último lugar de ese grupo en cuanto a los precios a los que exporta calzado, con un precio promedio de 4,5 USD:

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR
 en Pública: 459



Fuente: Yearbook 2014

En esta medida es muy probable que siga aumentando la demanda de importaciones de estos productos a bajos precios, y que además dichas importaciones obliguen a la rama de producción nacional a bajar aún más sus precios para mantenerse en el mercado.

Se destaca además que según información del Yearbook del año 2013 publicado por la Asociación Portuguesa de Calzado, la producción de calzado de China en el año 2012 superó de manera considerable el total consumido por dicho país:

	Value		Quantity		Price
	Million USD	World Rank	Million Pairs	World Rank	USD
Exports	44,363	1	10,072	1	4.4
Imports	1,522	14	50	50	30.24
Production			13,300	1	
Consumption			3,279	1	

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR	
Versión Pública:	460
Acto No.	

De allí que más del 75% del total de calzado producido por China es exportado, y menos de una cuarta parte se produce para consumo interno. Lo anterior aunado a la capacidad de producción que actualmente tiene China, confirma la existencia de volúmenes importantes de calzado disponibles para ser exportados a terceros mercados, entre ellos Colombia.

SOLICITUD

De acuerdo con los análisis técnicos realizados se encontró evidencia de la práctica del dumping en las importaciones de calzado textil, clasificado por las subpartidas 6404111000, 6404112000, 6404190000, 6404200000 y 6405200000 originarias de China en un monto equivalente al 110%.

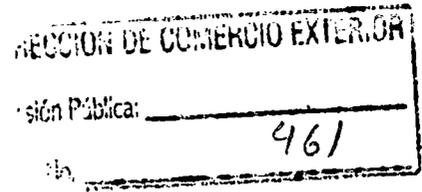
Así mismo, se logró establecer que dichas importaciones mantienen una significativa participación dentro del Consumo Nacional Aparente y aunque sus precios se han incrementado como resultado de la adopción de los Decretos 074 y 456, es evidente que de levantarse dichas medidas, nuevamente las importaciones originarias de China registrarán precios ínfimos, como lo hicieron entre 2011 y 2013.

Se encontró además que aún en el escenario de un comercio administrado a través de los Decretos 074 y 456, la rama de producción nacional muestra que aún en el escenario de un comercio administrado, el comportamiento de los ingresos por ventas, la utilidad bruta, el margen bruto, los precios nacionales, el volumen de producción, inventario final, productividad, uso de la capacidad instalada y empleo directo registra evidencia de daño importante.

Así mismo, se encontró evidencia suficiente de relación de causalidad entre el daño en la rama de producción nacional y la práctica del dumping y además es claro que un amplio número de países ya han actuado para contrarrestar los efectos negativos de las prácticas desleales presentes en las exportaciones de calzado originario de China, mediante la adopción de derechos antidumping o salvaguardias.

En consecuencia, solicitamos a la Dirección de Comercio Exterior la adopción de derechos antidumping provisionales y definitivos para las importaciones de calzado textil, clasificados por las subpartidas 6404111000, 6404112000, 6404190000, 6404200000 y 6405200000 en la forma de un precio base equivalente US\$ 22.85/par.

NOTIFICACIONES



Se recibirán notificaciones en la Calle 98 No. 22 - 64 Oficina 910. Teléfono: 6511511 Ext. 737 y 745. Correos electrónicos: osalamanca@araujoibarra.com, svelez@araujoibarra.com.

CONFIDENCIALIDAD

En concordancia con el artículo 44 del Decreto 2550 de 2010, este documento se presentan en una versión pública y una versión confidencial.

Los datos reservados se refieren a información comercial tanto de las empresas solicitantes como de ACICAM, información altamente sensible que está protegida por la ley y cuya divulgación podría causar serios perjuicios a los solicitantes y a ACICAM.

Por lo anterior, la información que se ha determinado como confidencial sólo podrá ser consultada por las autoridades.

Se destaca que la información confidencial y reservada que versa sobre cifras, no es susceptible de ser resumida, motivo por el cual, estas fueron reemplazadas por espacios en blanco, al referirse a las mismas.

La información que se presenta como confidencial se encuentra detallada en el siguiente cuadro:

Información	Numeral y Página	Justificación
Porcentaje de la información que tiene el DANE respecto a la de ACICAM	Representatividad, página 5.	Se trata de información sobre las bases de datos de volúmenes de producción de ACICAM.
Producción de calzado de las empresas afiliadas a ACICAM.	Representatividad, página 5.	Contiene información sobre el nivel de producción de las empresas afiliadas a ACICAM.
Volúmenes de producción y participación sobre la producción nacional de Venus.	Anexo 8.	Contiene información sobre los niveles de producción de la empresa solicitante.

Propiedad Accionaria de las empresas solicitantes.	Anexo 8.	Se trata de información sobre la composición accionaria de las solicitantes.
Nombres del equipo de ACICAM encargado de la recolección de muestras para el estudio de similitud.	Similitud e identificación de los productos, página 18.	Contiene información sobre el personal que estuvo involucrado en la solicitud.
Participación de Venus sobre el total de la producción.	Análisis de daño y relación causal, página 55.	Contiene información sobre el nivel de producción de la empresa solicitante.
Precios nominales implícitos del calzado textil.	Análisis de daño y relación causal, página 69.	Se trata de información sobre el nivel de precios de la empresa solicitante.
Producción de las empresas afiliadas a ACICAM.	Análisis de daño y relación causal, página 70 y 71.	Se trata de información sobre volúmenes de producción.
Participación de Venus sobre el total de la producción.	Análisis de daño y relación causal, página 73.	Se trata de información sobre volúmenes de producción.
Precio de venta del calzado textil.	Análisis de daño y relación causal, página 73.	Se trata de información sobre los precios.
Participación del peticionario sobre el CNA.	Análisis de daño y relación causal, página 74.	Se trata de información sobre volúmenes de producción.

De la Subdirectora de Prácticas Comerciales, atentamente,

LUIS GUSTAVO FLÓREZ ENCISO
C.C. 17.057.568
Representante Legal ACICAM

**Tabla de Contenido Anexos
Calzado de Capellada Textil**

1. Certificado Cámara de Comercio ACICAM	ANEXO 1
2. Cartas de Apoyo Agremiaciones	ANEXO 2
3. Cartas de Apoyo Empresas	ANEXO 3
4. Plan de Negocios Sector Calzado - PTP	ANEXO 4
5. Certificación ACICAM	ANEXO 5
6. Certificados de Cámara de Comercio	ANEXO 6
7. Registro Nacional de Producción	ANEXO 7
8. Anexo 2 - Propiedad Accionaria	ANEXO 8
9. Anexo 5 - Importadores	ANEXO 9
10. Anexo 6 - Exportadores	ANEXO 10
11. Anexo 7 - Consumidores Intermedios	ANEXO 11
12. Matriz Identificación Producto	ANEXO 12
13. Estudio Similitud	ANEXO 13
14. Catálogo Ilustrativo	ANEXO 14
15. Yearbook 2013	ANEXO 15
16. Importaciones EE.UU.	ANEXO 16
17. Empresas que han cerrado operación	ANEXO 17
18. Importaciones Mensuales Enero 2013 - Agosto 2014	ANEXO 18
19. Medidas de Defensa Comercial Otros Países	ANEXO 19
20. Hong Kong Trade Development Council Research	ANEXO 20
21. Anexo 9 - Importaciones	ANEXO 21
22. Anexo 10 - Variables de Daño	ANEXO 22
23. Anexo 11 - Información sobre Inventarios, Producción y Ventas	ANEXO 23
24. Anexo 12 - Estado de Costos y Resultados	ANEXO 24
25. Estados Financieros	ANEXO 25
26. Variables de Daño Consolidada	ANEXO 26

**ANEXO 1 -
CERTIFICADO
CÁMARA DE
COMERCIO ACICAM**

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 1

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO : ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS ACICAM SE IDENTIFICA CON LA SIGLA ACICAM SIGLA : ACICAM

INSCRIPCION NO: S0010046 DEL 31 DE MARZO DE 1999

N.I.T. : 830057135-2

DOMICILIO : BOGOTA D.C.

EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, EN EL EJERCICIO DE LA FACULTAD CONFERIDA POR LOS ARTICULOS 43 Y 144 DEL DECRETO NUMERO 2150 DE 1995

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA INSCRIPCION : 3 DE MARZO DE 2014

ULTIMO AÑO RENOVADO: 2014

ACTIVO TOTAL REPORTADO:\$3,359,860,288

CERTIFICA:

ACTIVIDAD ECONOMICA : 9411 ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES.

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CRA. 4 A NO. 26A-71

MUNICIPIO : BOGOTA D.C.

EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : mercedes.pena@acicam.org

DIRECCION COMERCIAL : CRA. 4 A NO. 26A-71

MUNICIPIO : BOGOTA D.C.

EMAIL : mercedes.pena@acicam.org

TELEFONO : 2816400

FAX : 3418995

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR ESCRITURA PUBLICA NO. 0000684 DEL 18 DE MARZO DE 1999 OTORGADO(A) EN NOTARIA 55, INSCRITA EN ESTA CAMARA DE COMERCIO EL 31 DE MARZO DE 1999 BAJO EL NUMERO 00020943 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, FUE CONSTITUIDA LA ENTIDAD DENOMINADA ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS ACICAM.

CERTIFICA:

*** CONTINUA ***

DE COMERCIO EXTERIOR

N.º: 464

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 2

QUE POR ACTA NO. 0000006 DE ASAMBLEA DE ASOCIADOS DEL 29 DE ABRIL DE 2003, INSCRITA EL 24 DE SEPTIEMBRE DE 2003 BAJO EL NÚMERO 00065053 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, LA ENTIDAD CAMBIO SU NOMBRE DE: ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS ACICAM POR EL DE: ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CALZADO EL CUERO Y SUS MANUFACTURAS ACICAM SE IDENTIFICA CON LA SIGLA ACICAM.

CERTIFICA:

QUE POR ESCRITURA PUBLICA NUMERO 0000684 NOTARIA 55 DE SANTAFE DE BOGOTA D.C. DEL 18 DE MARZO DE 1999 , INSCRITA EL 31 DE MARZO DE 1999 BAJO EL NUMERO: 00020943 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, FUE CONSTITUIDA LA ENTIDAD DE LA REFERENCIA POR FUSION DE CORPORACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE CALZADO CORNICAL Y ASOCIACION COLOMBIANA DE INDUSTRIALES DEL CUERO ASOCUEROS.

CERTIFICA:

ENTIDAD QUE EJERCE LA FUNCION DE INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL: ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA

CERTIFICA:

REFORMAS:

DOCUMENTO NO.	FECHA	ORIGEN	FECHA	NO. INSC.
0000006	2003/04/29	ASAMBLEA DE ASOCIADOS	2003/09/24	00065053
0000010	2007/04/12	ASAMBLEA DE ASOCIADOS	2007/10/10	00127306

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE LA ENTIDAD NO SE HALLA DISUELTA. DURACION HASTA EL 18 DE MARZO DE 2098 .

CERTIFICA:

OBJETO: ACICAM TIENE POR OBJETO LA PROTECCION, DESARROLLO, TECNIFICACION, DIGNIFICACION Y EN GENERAL, EL ENGRANDECIMIENTO DE LA INDUSTRIA COLOMBIANA DEL CALZADO, LA MARROQUINERIA, LOS INSUMOS PARA SU FABRICACION Y ENTIDADES AFINES DENTRO Y FUERA DEL TERRITORIO NACIONAL. EN DESARROLLO DE ESTE OBJETO ACICAM, CUMPLIRA CON LOS SIGUIENTES OBJETIVOS: A. FOMENTAR LA

*** CONTINUA ***

92
DE COMERCIO EXTERIOR
Pública: 465

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 3

SOLIDARIDAD DE LOS INDUSTRIALES DEL CALZADO, LA MARROQUINERIA, LA MAQUINARIA, PARTES Y MATERIAS PRIMAS PARA SU FABRICACION Y DE LAS INDUSTRIAS AFINES. B. COLABORAR CON LAS ENTIDADES GREMIALES QUE SE OCUPEN EN LA MISMA INDUSTRIA O QUE A ELLA ESTEN VINCULADAS EN LA DEFENSA DE LOS INTERESES COMUNES. C. LLEVAR ANTE LAS AUTORIDADES, CAMARAS DE COMERCIO, CONFERENCIAS INDUSTRIALES O COMERCIALES Y DEMAS ENTIDADES SIMILARES, LA VOCERIA DE LOS INTERESES DEL GREMIO, A FIN DE OBTENER LA EXPEDICION DE LOS ESTATUTOS LEGALES QUE LA PROTEJAN Y ESTIMULEN. D. BUSCAR LA DEROGACION O MODIFICACION DE LAS NORMAS LEGALES QUE LA PERJUDICAN. E. PROCURAR ESTIMULOS PARA LAS EXPORTACIONES. F. BUSCAR CREDITO EN CONDICIONES FAVORABLES. G. CONSEGUIR ESTIMULOS TRIBUTARIOS PARA EL SECTOR QUE REPRESENTA ACICAM. H. OBTENER LA FIJACION DE PRIMAS DE SEGUROS DE BAJO COSTO PARA EL GREMIO. I. INSTAURAR LAS ACCIONES PERTINENTES ANTE LOS ORGANOS COMPETENTES PARA QUE LA COMPETENCIA DESLEAL SE SANCIONE. J. HACER RESPETAR LOS DERECHOS QUE SURGEN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y MARCARIA. K. BUSCAR EL CASTIGO EJEMPLAR PARA EL CONTRABANDO. L. PRESTAR A LOS AFILIADOS SERVICIOS DE ASESORIA LEGAL. M. COLABORAR EN LAS AREAS DE MERCADEO, INFORMATICA, ESTADISTICA Y REFERENCIAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES QUE REQUIERAN LOS AFILIADOS. N. CONTRIBUIR AL CONOCIMIENTO DE LOS MERCADOS Y DIVULGAR INFORMACION SOBRE LOS ULTIMOS AVANCES TECNOLOGICOS EN FABRICACION, COMERCIALIZACION O DISTRIBUCION. O. ADELANTAR PROYECTOS DIRIGIDOS A MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR Y REDUCIR LOS COSTOS DE PRODUCCION PARA MANTENER LA COMPETITIVIDAD. P. IMPULSAR TODO TIPO DE ACTIVIDADES PARA MEJORAR LA CALIDAD Y PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS. Q. PROMOVER LA PERMANENTE CAPACITACION DE LOS TRABAJADORES DEL SECTOR. R. MANTENER CONTACTO PERMANENTE CON LAS ENTIDADES NACIONALES Y EXTRANJERAS VINCULADAS AL SECTOR DEL CALZADO Y LA MARROQUINERIA A EFECTO DE INTERCAMBIAR CON ELLAS TODA SUERTE DE INFORMACIONES Y SERVICIOS QUE REDUNDEN EN SU

*** CONTINUA ***

Pública: _____
466

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 4

BENEFICIO. S. APOYAR A SUS AFILIADOS ANTE LAS AUTORIDADES EN ASUNTOS DE INTERES GENERAL Y ESPECIFICO DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO, LA MARROQUINERIA Y LAS INDUSTRIA DE APOYO VINCULADAS AL GREMIO. T. GESTIONAR COOPERACION TECNICA INTERNACIONAL, BUSCAR APORTES NACIONALES Y EXTRANJEROS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE MECANISMOS DE TRANSFERENCIA TECNOLOGICA BAJO LA FIGURA DE LA DONACION EN DINERO O EN ESPECIE, EL COMODATO Y CUALQUIER OTRA FIGURA LEGALMENTE CONTEMPLADA. U. APOYAR, ASESORAR Y PARTICIPAR DE ORGANIZACIONES GREMIALES QUE COINCIDAN CON LOS PROPOSITOS DE LA ASOCIACION, ASI COMO COOPERATIVAS Y ASOCIACIONES SIN ANIMO DE LUCRO QUE REPRESENTEN EN UN BENEFICIO PARA EL SECTOR. V. EJECUTAR, DESARROLLAR Y PROMOVER, DENTRO DE LOS CAUSES CONSTITUCIONALES Y LEGALES, TODAS LAS ACTIVIDADES QUE SEAN NECESARIAS Y CONVENIENTES PARA LA DEFENSA Y PROSPERIDAD DE LA INDUSTRIA COLOMBIANA DEL CALZADO, LA MARROQUINERIA Y LAS INDUSTRIAS DE APOYO VINCULADAS AL GREMIO. X. PROMOVER LA ENSEÑANZA Y LA FORMACION DE TECNICOS EN LAS INDUSTRIAS REPRESENTADAS. Z. ORGANIZAR MEDIOS DE DIVULGACION PARA DAR A CONOCER LAS CARACTERISTICAS DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO, LA MARROQUINERIA Y LAS INDUSTRIAS DE APOYO EN COLOMBIA Y EN EL EXTERIOR. Y. ORGANIZAR Y PROMOVER CONGRESOS, CONVENCIONES, ASAMBLEAS, SEMINARIOS, FERIAS Y DEMAS EVENTOS DE CARACTER NACIONAL E INTERNACIONAL QUE PERSIGAN EL DESARROLLO Y APOYO A LA CULTURA, EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA DE LOS SECTORES INTEGRADOS Y A LA CAPACITACION DE LOS COLOMBIANOS. Z. PROMOCIONAR LA AFILIACION DE NUEVOS EMPRESARIOS. A. A. EN GENERAL, HACER TODO CUANTO SEA NECESARIO PARA LA MEJOR REALIZACION DE SUS FINES.

CERTIFICA:

** ORGANO DIRECTIVO **

NOMBRE

IDENTIFICACION

EN REPRESENTACION DE GAUSSI

SIN IDENTIFICACION - CON ACEPTACION

*** CONTINUA ***

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR

Exposición Pública: 467

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 5

- EN REPRESENTACION DE UNIROCA
SUAREZ ANGEL DARIO C.C. 000000070564009
- EN REPRESENTACION DE DISEÑOS Y MODELOS PRAGA E.U
STIPEK ALVAREZ LESLIE MERCEDES C.C. 000000051868744
- EN REPRESENTACION DE CALZADO 3025
MAZA DIAZ JESUS ENRIQUE C.E. 000000000338629
- EN REPRESENTACION DE LINEA BARBARELLA
CORDERO VILLAMIZAR LUIS FERNANDO C.C. 000000019120874
- EN REPRESENTACION DE CALZADO JOVICAL S.A
JARAMILLO RESTREPO CESAR AUGUSTO C.C. 000000019379250
- EN REPRESENTACION DE STANTON S.A.
BAKALARZ NACHTGEIST RONALD C.C. 000000000104379
- EN REPRESENTACION D'ALVAREZ
ALVAREZ DAVILA RONAL RENE C.C. 000000088250397
- EN REPRESENTACION DE INVERSIONES JAIME ARDILA S.A.S.
ARDILA ARGUELLO JAIME C.C. 000000013846837
- EN REPRESENTACION DE B&V ESTILOS
SALAZAR DE VARGAS ANA BEATRIZ C.C. 000000063285942
- EN REPRESENTACION DE C.I. MODA EXPORT DE COLOMBIA LTDA.
QUIÑONEZ ROSAS CESAR AUGUSTO C.C. 000000013722689
- EN REPRESENTACION DE PAOLINI RAGS Y SHOES
PRADA PARADA WILLIAM C.C. 000000091249052
- EN REPRESENTACION DE VENUS COLOMBIA S.A.
ZULUAGA JORGE ANDRES C.C. 000000016107849
- EN REPRESENTACION DE VIVALDI S.A.
DUSSAN MONROY LIBARDO C.C. 000000016587147
- EN REPRESENTACION DE GIORGIO SPORT S.A.
SIN IDENTIFICACION - CON ACEPTACION *****
- EN REPRESENTACION DE CURTIEMBRES EL RENO
BUITRAGO AREVALO TITO GUILLERMO C.C. 000000079267109
- EN REPRESENTACION DE INDUSTRIAS JUMARCA E.U.
RAMIREZ JUAN CARLOS C.C. 000000018591862

CERTIFICA:

*** CONTINUA ***

9

DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	
Versión Pública:	_____
Folio No.	468

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 6

REPRESENTACION LEGAL : EL REPRESENTANTE LEGAL ES EL: PRESIDENTE EJECUTIVO, SU SUPLENTE ES EL PRESIDENTE Y UN VICEPRESIDENTE QUIEN REEMPLAZARA EN SUS FALTAS ABSOLUTAS, TEMPORALES O ACCIDENTALES AL PRESIDENTE.

CERTIFICA:

REPRESENTACION LEGAL

PRINCIPAL(ES) : FLOREZ ENCISO LUIS GUSTAVO
C.C.000000017057568

SUPLENTE(S) : JARAMILLO RESTREPO CESAR AUGUSTO
C.C.000000019379250
STIPEK ALVAREZ LESLIE MERCEDES
C.C.000000051868744

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: SON FUNCIONES DEL PRESIDENTE EJECUTIVO: A. EJECUTAR Y HACER EJECUTAR LAS DECISIONES DE LA ASAMBLEA Y DE LA JUNTA DIRECTIVA NACIONAL. B. RENDIR A LA JUNTA DIRECTIVA NACIONAL LOS INFORMES QUE ESTA LE SOLICITE. C. ELABORAR EL PROYECTO DEL INFORME QUE DEBE RENDIR LA JUNTA DIRECTIVA NACIONAL A LA ASAMBLEA. D. RENDIR A LA ASAMBLEA, EN UNA SESION ORDINARIA ANUAL, UN INFORME SOBRE LA MARCHA DE LA ASOCIACION ACOMPAÑADO DEL BALANCE Y LAS CUENTAS CORRESPONDIENTES AL ULTIMO EJERCICIO FISCAL. E. CELEBRAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS NECESARIOS PARA LA BUENA MARCHA DE LA ASOCIACION. PARA LOS CONTRATOS DE CUANTIA MAYOR A CIENTO VEINTE (120) SALARIOS MINIMOS LEGALES MENSUALES REQUERIRA LA APROBACION PREVIA DEL PRESIDENTE DE LA ASOCIACION Y PARA LOS DE CUANTIAS MAYORES DE DOSCIENTOS (200) SALARIOS MINIMOS LEGALES MENSUALES LA DE LA JUNTA DIRECTIVA NACIONAL. F. PROMOVER Y REMOVER LIBREMENTE LOS EMPLEADOS Y TRABAJADORES CUYO NOMBRAMIENTO Y REMOCION NO CORRESPONDAN A LA ASAMBLEA O A LA JUNTA DIRECTIVA NACIONAL. G. ADMINISTRAR LOS INTERESES Y BIENES DE LA ASOCIACION. H. SERVIR DE ORGANO DE COMUNICACION DE LA ASOCIACION CON LAS AUTORIDADES, ENTIDADES Y OTRAS ASOCIACIONES. I. EMITIR LAS DECLARACIONES PUBLICAS QUE

*** CONTINUA ***

COMISION DE COMERCIO EXTERIOR

Comisión Pública: 969

CERTIFICADO: No. _____



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 7

COMPROMETAN LA POLITICA DE LA ASOCIACION O DELEGAR EN OTROS FUNCIONARIOS DE LA ASOCIACION PARA QUE LO HAGAN DE CONFORMIDAD CON SUS INSTRUCCIONES. J. PRESENTAR A LA JUNTA DIRECTIVA NACIONAL TANTO EL PROGRAMA DE TRABAJO COMO EL PRESUPUESTO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL INTEGRAL DE LA ASOCIACION, QUE COMPRENDA A LAS SECCIONALES, A MAS TARDAR EL 30 DE NOVIEMBRE, ANTERIOR AL EJERCICIO DEL AÑO PROPUESTO. K. CONSTITUIR APODERADOS JUDICIALES Y EXTRAJUDICIALES Y DELEGAR O SUSTITUIR PARCIALMENTE EN ELLOS LAS FACULTADES NECESARIAS PARA EL EJERCICIO DEL MANDATO. L. TRANSIGIR Y SOMETER A COMPROMISO LAS DIFERENCIAS ACTUALES O EVENTUALES DE LA ASOCIACION. M. DESISTIR DE LAS ACCIONES INTENTADAS. N. ENAJENAR Y GRAVAR TODA CLASE DE BIENES DE LA ASOCIACION DENTRO DE LAS LIMITACIONES DE CUANTIA DE ESTOS ESTATUTOS. O. DAR O TOMAR DINERO EN MUTUO, GIRAR O NEGOCIAR INSTRUMENTOS NEGOCIABLES, ABRIR Y MANEJAR CUENTAS CORRIENTES, PAGAR, COBRAR Y RECIBIR. P. TODAS LAS DEMAS QUE, DE ACUERDO CON LA LEY, LE CORRESPONDEN COMO ADMINISTRADOR DE LOS INTERESES Y BIENES DE LA ASOCIACION. Q. IMPLANTAR, IMPLEMENTAR Y ADMINISTRAR LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL CONTROL INTERNO DE LA ASOCIACION. EL PRESIDENTE EJECUTIVO DE LA ASOCIACION PODRA DELEGAR FUNCIONES EN LOS DEMAS EMPLEADOS DE LA ASOCIACION CUALQUIERA QUE FUERE SU CATEGORIA.

CERTIFICA:

** ORGANO FISCALIZACION **

NOMBRE	IDENTIFICACION
REVISOR FISCAL - FIRMA AUDITORIA PEÑALOSA AUDITORES & ASOCIADOS S A	N.I.T. 000008300956355
REVISOR FISCAL PADILLA ROMERO IVAN DARIO	C.C. 000000080025798
REVISOR FISCAL SUPLENTE PULIDO ORDUÑA MAVEYA	C.C. 000000052353990

CERTIFICA:

QUE EN ESTA CAMARA DE COMERCIO NO APARECEN INSCRIPCIONES POSTERIORES

*** CONTINUA ***



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 8

DE DOCUMENTOS REFERENTES A REFORMA, DISOLUCION LIQUIDACION O NOMBRAMIENTOS DE REPRESENTANTES LEGALES DE LA MENCIONADA ENTIDAD.

CERTIFICA:

EL REGISTRO ANTE LAS CAMARAS DE COMERCIO NO CONSTITUYE APROBACION DE ESTATUTOS. (DECRETO 2150 DE 1995 Y DECRETO 427 DE 1996).

LA PERSONA JURIDICA DE QUE TRATA ESTE CERTIFICADO SE ENCUENTRA SUJETA A LA INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL DE LAS AUTORIDADES QUE EJERCEN ESTA FUNCION, POR LO TANTO DEBERA PRESENTAR ANTE LA AUTORIDAD CORRESPONDIENTE, EL CERTIFICADO DE REGISTRO RESPECTIVO, EXPEDIDO POR LA CAMARA DE COMERCIO, DENTRO DE LOS 10 DIAS HABILES SIGUIENTES A LA FECHA DE INSCRIPCION, MAS EL TERMINO DE LA DISTANCIA CUANDO EL DOMICILIO DE LA PERSONA JURIDICA SIN ANIMO DE LUCRO QUE SE REGISTRA ES DIFERENTE AL DE LA CAMARA DE COMERCIO QUE LE CORRESPONDE. EN EL CASO DE REFORMAS ESTATUTARIAS ADEMAS SE ALLEGARA COPIA DE LOS ESTATUTOS.

TODA AUTORIZACION, PERMISO, LICENCIA O RECONOCIMIENTO DE CARACTER OFICIAL, SE TRAMITARA CON POSTERIORIDAD A LA INSCRIPCION DE LAS PERSONAS JURIDICAS SIN ANIMO DE LUCRO EN LA RESPECTIVA CAMARA DE COMERCIO.

CERTIFICA:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DIAS HABILES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.

* * * EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE * * *
* * * FUNCIONAMIENTO EN NINGUN CASO * * *
EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA,

*** CONTINUA ***

En Publica: 971

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 9

ESTE CERTIFICADO REFLEJA LA SITUACION JURIDICA DE LA PERSONA NATURAL/JURIDICA, SUCURSAL, AGENCIA O ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO HASTA LA FECHA Y HORA DE SU EXPEDICION

LA FIRMA DIGITAL DEL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA Y LA ESTAMPA CRONOLOGICA CONTENIDAS EN ESTE CERTIFICADO ELECTRONICO, SE ENCUENTRAN EMITIDAS POR UNA ENTIDAD DE CERTIFICACION ABIERTA AUTORIZADA Y VIGILADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DE CONFORMIDAD CON LAS EXIGENCIAS ESTABLECIDAS EN LA LEY 527 DE 1999 PARA LA VALIDEZ JURIDICA Y PROBATORIA DE LOS DOCUMENTOS ELECTRONICOS.

LA FIRMA DIGITAL NO ES UNA FIRMA DIGITALIZADA O ESCANEADA, POR LO TANTO, LA FIRMA DIGITAL Y ESTAMPA CRONOLOGICA QUE ACOMPAÑAN ESTE DOCUMENTO LAS PODRA VERIFICAR A TRAVES DE SU APLICATIVO VISOR DE DOCUMENTOS PDF.

NO OBSTANTE, SI USTED VA A IMPRIMIR ESTE CERTIFICADO, LO PUEDE HACER DESDE SU COMPUTADOR, CON LA CERTEZA DE QUE EL MISMO FUE EXPEDIDO A TRAVÉS DEL CANAL VIRTUAL DE LA CCB Y QUE LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO IMPRESO, PUEDE VERIFICAR POR UNA SOLA VEZ EL CONTENIDO DEL MISMO, INGRESANDO A LA PAGINA WEB DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA WWW.CCB.ORG.CO, SELECCIONANDO SERVICIOS EN LINEA Y POR LA OPCION VERIFICAR CERTIFICADOS ELECTRONICOS.

DICHO CERTIFICADO A VALIDAR ES LA IMAGEN DEL RESPECTIVO CERTIFICADO, CREADA EN EL MISMO MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EL CERTIFICADO IMPRESO.

LA FIRMA MECÁNICA QUE ENCONTRARÁ EN EL CERTIFICADO ES UNA REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA MISMA.

*** CONTINUA ***

DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR 99
Versión Pública: _____
Folio No. 478

CERTIFICADO



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

FECHA: 2014/05/21

HORA: 12:04:52

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 6xJmr6It1I

OPERACION: R041931801

PAGINA: 10

A large, stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to an official of the Chamber of Commerce.

**ANEXO 2 -
CARTA DE APOYO
AGREMIACIONES**

**ANEXO 22 -
HONG KONG TRADE
DEVELOPMENT
COUNCIL RESEARCH**