



**MinCIT**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
República de Colombia

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  
DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR  
SUBDIRECCIÓN DE PRÁCTICAS COMERCIALES**

INVESTIGACION POR DUMPING  
CUESTIONARIO PARA IMPORTADORES

**PRODUCTO:** Perfiles extruidos de aluminio clasificados en las subpartidas **7604.21.00.00, 7604.29.10.00, 7604.29.20.00, 7608.10.90.00 y 7608.20.00.00.**

PAÍS DE ORIGEN: República Popular China

Enviar formulario diligenciado a:  
**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**  
Subdirección de Prácticas Comerciales  
Calle 28 13A-15, Piso 3°  
Bogotá D.C.  
Colombia, Sur América

## TABLA DE CONTENIDO

1. INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO	3
1.1. Productos objeto de investigación	3
1.2. Confidencialidad de la información	3
1.3. Generalidades	4
2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	5
3. PRODUCTO INVESTIGADO	6
4. IMPORTACIONES	7
5. PRECIO DE VENTA EN COLOMBIA	8
6. INFORMACIÓN ADICIONAL RELEVANTE	9
7. SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS	9
8. GLOSARIO DE TÉRMINOS	9



## 1. INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO

El propósito de este cuestionario es obtener información para la investigación por supuesto "dumping" en las importaciones de perfiles extruidos de aluminio, abierta mediante Resolución No. 027 del 27 de febrero de 2013, de la Dirección de Comercio Exterior. En consecuencia, todas las preguntas deben ser contestadas de manera completa, suministrando los documentos que soporten la información aportada, para que los mismos puedan obrar como prueba dentro del proceso adelantado.

### 1.1. Productos objeto de investigación

El presente cuestionario se refiere a importaciones originarias de la República Popular China de los siguientes productos. Responda el cuestionario exclusivamente para el producto del cual usted es importador.

SUBPARTIDAS	CHINA	
Perfiles extruidos de aluminio	7604.21.00.00,	7604.29.10.00,
	7604.29.20.00,	7608.10.90.00,
	7608.20.00.00	

### 1.2. Confidencialidad de la información

La información es confidencial cuando su divulgación implica una ventaja significativa para un competidor o un efecto desfavorable para la persona que la proporcione o para un tercero que la haya recibido.

Las partes interesadas deben solicitar de manera expresa la confidencialidad de la información que proporcionen. Esta solicitud de confidencial se debe acompañar de un resumen público o no confidencial de la información; o en su defecto, la justificación del por qué ésta no puede resumirse.

La información confidencial no podrá ser divulgada sin la autorización expresa de la parte remitente. Cuando alguna de las partes remita información que considere confidencial debe imprimir en las páginas que la contengan la leyenda "**CONFIDENCIAL**".

Cuando la autoridad investigadora estime que una solicitud de confidencialidad no está justificada y el aportante no decida hacerla pública ni autorizar su divulgación en forma resumida, dicha información podrá no ser considerada para los fines de la investigación.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo podrá tomar decisiones con base en la mejor información disponible cuando la información solicitada y los documentos soporte no sean enviados en su totalidad dentro del plazo establecido.

### 1.3. Generalidades

- Toda la información, datos, pruebas y demás documentos que se aporten deben presentarse en versión pública y en versión confidencial. La información contable y financiera debe ser avalada por contador público y revisor fiscal.
- Cuando se trate de cifras correspondientes a cantidades o volúmenes, la unidad de medida empleada debe ser la de uso común en las estadísticas de comercio internacional. La información debe presentarse por separado para cada tipo de producto.
- Para efectos del cálculo del “dumping” se determinó como período de análisis el comprendido entre enero de 2012 y enero de 2013, período que se enmarca dentro de los doce (12) meses contados al inicio de la investigación.
- La información referida al punto **4. Importaciones**, se refiere a los semestres comprendidos entre 2008 y 2012, para las transacciones originarias de la República Popular China. Estos datos deben suministrarse en formato Excel, acompañados de copias físicas de los respectivos soportes y consolidados en el cuadro anexo.
- Si la respuesta no procede, indicar N.A. en el espacio correspondiente.
- En todos los casos en que se presenten cálculos debe precisarse la metodología utilizada para la obtención de las cifras e identificar detalladamente las cuentas efectuadas.
- La información debe ser suministrada en medio magnético, en CD y su contenido preferiblemente elaborado en hoja de cálculo Excel, archivos tipo DBF ó de procesador de palabra Word o compatible. Todos los CD’s deben

marcarse externamente con el nombre de la empresa, los nombres y el número de registros de cada archivo, el período comprendido en cada archivo y los formatos de los mismos. Anexe archivado en fólderes AZ, una copia de los documentos que soportan las cifras.

- Para cualquier aclaración sobre el diligenciamiento de éste cuestionario u otro asunto relacionado con esta investigación, puede comunicarse con la Subdirección de Prácticas Comerciales, en los teléfonos 6069315 o 6067676 extensiones 1601; fax: 6069944, dirigirse a la Calle 28 13A-15, piso 3º, Bogotá D.C., Colombia, Sur América; en el correo [lchaparro@mincomercio.gov.co](mailto:lchaparro@mincomercio.gov.co); ó o consultar la página web.

## **2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

### 2.1 Generalidades

- ◆ Razón Social
- ◆ Tipo de sociedad
- ◆ Actividad económica principal: Industria, comercio, servicios, minería, agropecuaria, otros. En caso de tratarse de una empresa comercializadora señalar de qué empresas y productos.
- ◆ Objeto social
- ◆ Nombre, dirección, teléfono, fax y correo electrónico del representante legal o apoderado.
- ◆ Condición de la empresa

### 2.2 Si la empresa representa los intereses comerciales de otra firma, indicar:

- ◆ Naturaleza de la relación
- ◆ Comisiones pactadas (% o cuantías)
- ◆ Acuerdos y condiciones comerciales de los mismos

### 2.3 Otros aspectos

Distribución de capital social: Indique la relación de socios y su participación en el capital social.



Indique si la empresa tiene participación en otra(s) compañía(s) dedicada(s) a la producción, exportación o comercialización del producto investigado. Especifique en cuáles y en qué proporción participa.

Describir la estructura comercial de la compañía, mencionando las subsidiarias o filiales, cuando sea del caso, así como las personas naturales o jurídicas asociadas y/o vinculadas y la descripción de cada una.

## 2.4 Sistemas de Distribución

Explique detalladamente sus canales de distribución, tanto en el mercado interno como en los mercados de exportación. Incluya un diagrama de flujo.

Señale si los precios y términos de venta difieren por tipo de cliente y/o por mercado. Explique las razones para dicha diferenciación. En términos generales, indique los términos de venta por tipo de cliente y por mercado.

Si vende a través de un cliente relacionado, indique si los precios y/o términos de venta para éstos son distintos a los aplicables a clientes no relacionados.

## 3. PRODUCTO INVESTIGADO

3.1 Describa las características técnicas del producto importado por su empresa que es objeto de investigación, Incluya una explicación de las diferencias y la similitud entre éste y el producido localmente, (referencias, usos, características físicas, químicas etc.).

3.2 Anexe los catálogos técnicos y/o fichas técnicas correspondientes al producto investigado, que contengan las características técnicas mencionadas en el punto 3.1.

3.3 Indique las normas técnicas que cumplen los productos objeto de investigación importados por la empresa.

3.4 Especifique el factor de conversión necesario para poner la mercancía en la misma base de comparación, si es vendida en el mercado extranjero en diferentes cantidades y unidades que la vendida en Colombia.

3.5 Especifique la cantidad y el valor de las importaciones del producto investigado, país por país, así como las compras del producido en Colombia, indicando los usos para los cuales se adquirió.

3.6 Relacione los proveedores extranjeros (nombre, dirección, teléfono, fax así como el volumen del producto investigado comprado a cada uno de ellos).

3.7 Indique la capacidad de almacenamiento total de la compañía y la capacidad utilizada para el producto investigado, para comercializar y transformar, durante el período de la investigación.

3.8 Indique el nivel del inventario inicial y final, la rotación y el volumen promedio anual de inventarios del producto investigado.

3.9 Relacione las solicitudes de venta pendientes de embarque hacia Colombia especificando:

- ◆ Fecha prevista de embarque
- ◆ Nombre del cliente
- ◆ Cantidad a despachar y valor
- ◆ Porcentaje del descuento, si lo hay
- ◆ Valor absoluto del descuento, si lo hay
- ◆ Valor neto de la transacción
- ◆ Plazo de pago en días
- ◆ Términos de despacho (C.I.F., F.A.S., F.O.B.)

#### **4. IMPORTACIONES<sup>1</sup>**

La información se refiere a los semestres comprendidos entre 2008 y 2012.

4.1 Volumen nacionalizado y número de las declaraciones de importación.

4.2. Enviar copia de las respectivas declaraciones de importación y si fuera posible copia de la liquidación correspondiente.

4.3. Naturaleza y monto de los costos de importación

4.3.1 Costos Externos

---

<sup>1</sup> Ver cuadro anexo

- ◆ Empaques especiales
- ◆ Fletes internacionales (indicar trayectos)
- ◆ Seguros internacionales (indicar trayectos)
- ◆ Otros costos incorporados al valor CIF

#### 4.3.2 Costos en Colombia

- ◆ Gravámenes Arancelarios
- ◆ Impuesto al Valor Agregado, IVA
- ◆ Costos portuarios (cargue y descargue, manejo, bodegaje, derecho de puerto, vigilancia, otros)
- ◆ Fletes internos
- ◆ Seguros internos
- ◆ Costos financieros de giros directos, cartas de crédito u otra modalidad (especificar costo de la apertura, comisiones, intereses, portes y otros costos si los hay)
- ◆ Costos documentales
- ◆ Comisiones agentes de aduana

### **5 PRECIO DE VENTA EN COLOMBIA**

5.1 Operaciones destinadas a cambiar las condiciones del producto importado investigado antes de su venta (composición física o apariencia del producto, presentación, etc.)

5.2 Cambios en el valor y en las condiciones que afectan el producto investigado antes de su venta.

5.3 Precio unitario de venta en el mercado nacional

5.4 Condiciones de venta

5.5 Variación en el precio por descuentos, comisiones, rebajas, etc.

5.6 Naturaleza y monto de los costos y gastos que afectan el precio.

5.7 Costos de venta (intereses y plazos de ventas, publicidad, servicios postventa, comisiones, almacenamiento, transporte, etc.)



5.8 Utilidad neta unitaria en unidades monetarias y porcentuales (por precio de reventa, de compra y otros).

5.9 Lista de clientes

5.9.1 Relacionar los cinco (5) principales clientes (nombre, dirección, teléfono, fax y volumen y el valor del producto investigado adquirido por cada uno).

## **6. INFORMACIÓN ADICIONAL RELEVANTE**

Suministre cualquier otra información no relacionada en el presente cuestionario que considere relevante para los efectos de la investigación.

## **7. SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS**

Relacione las pruebas que aporta y las que solicita se practiquen en la investigación.

## **8. GLOSARIO DE TÉRMINOS**

Para los efectos previstos en este cuestionario se establecen las siguientes definiciones:

**DAÑO:** Este concepto se refiere a un daño importante causado a una rama de producción nacional, una amenaza de daño importante a una rama de producción nacional o un retraso importante en el establecimiento de una rama de producción.

**"DUMPING":** Se considera que un producto es objeto de "dumping", cuando su precio de exportación es inferior al valor normal, es decir, al precio de venta en el mercado del país de origen.

**DERECHOS "ANTIDUMPING":** Correctivo aplicado a las importaciones, que restablece las condiciones de competencia distorsionadas por el "dumping".

**FECHA DE LA VENTA:** La señalada en el documento más reciente en que se establezcan las condiciones esenciales de la venta, bien sea la de la firma del contrato, la del pedido de compra, la confirmación del pedido, o la factura, entre otros.

**IMPORTACIONES MASIVAS:** Son las importaciones del producto objeto de investigación, realizadas entre la fecha de la apertura de la investigación y la de imposición de medidas provisionales, cuyo volumen y otras circunstancias tales como la rápida acumulación de inventarios, deterioren o puedan deteriorar gravemente el efecto reparador del derecho "antidumping" definitivo.

**MEJOR INFORMACIÓN DISPONIBLE:** Hechos de que se tenga conocimiento y sobre los cuales se podrán formular determinaciones preliminares o definitivas, positivas o negativas, en los casos en que una parte interesada niegue el acceso a la información necesaria, no la facilite dentro de un plazo prudencial o entorpezca significativamente la investigación.

**OPERACIONES COMERCIALES NORMALES:** Aquellas operaciones que reflejen las condiciones de mercado en el país de origen o de exportación y que se hayan realizado habitualmente o dentro de un período representativo entre compradores y vendedores independientes.

Entre otros factores, se considerará que no corresponden a operaciones comerciales normales las ventas realizadas a pérdida, así como las realizadas entre partes vinculadas o asociadas que no reflejen los precios y costos comparables con operaciones celebradas entre partes independientes.

**PARTES ASOCIADAS O VINCULADAS:** Se considerará que hay vinculación de dos o más empresas en los casos siguientes: a) si una de ellas controla directa o indirectamente al otro; b) si ambas están directa o indirectamente controladas por una tercera persona; o c) si ambas controlan directa o indirectamente a una tercera persona, siempre que existan razones para creer que el efecto de la vinculación es de tal naturaleza que motiva de parte del productor considerado un comportamiento diferente del de los productores no vinculados.

**PARTES INTERESADAS:** Se consideran "partes interesadas":

1. El peticionario;
2. Los exportadores, los productores extranjeros, los importadores de un producto objeto de investigación, las asociaciones mercantiles, gremiales o empresariales en las que la mayoría de los miembros sean productores extranjeros, exportadores o importadores de ese producto;



3. El gobierno del país miembro exportador; y
4. Los productores nacionales del producto similar al que es objeto de investigación o las asociaciones mercantiles, gremiales o empresariales en las que la mayoría de los miembros sean productores de dicho producto en el territorio nacional.

**PRECIO DE EXPORTACIÓN:** Se entiende por precio de exportación el realmente pagado o por pagar por el producto vendido para su exportación hacia Colombia.

**PRODUCTO SIMILAR:** Se entiende por producto similar un producto idéntico, es decir, igual en todos los aspectos al producto de que se trate o, cuando no exista ese producto, otro que aunque no sea igual en todos los aspectos, tenga características muy parecidas a las del producto considerado.

**RAMA DE PRODUCCIÓN NACIONAL:** La expresión "rama de producción nacional" abarca el conjunto de los productores nacionales de los productos similares, o de aquellos entre los que su producción conjunta constituya una proporción importante de la producción nacional total de dichos productos.

**VALOR NORMAL:** Es el precio comparable realmente pagado o por pagar del producto similar al exportado hacia Colombia, cuando es vendido para consumo en el país de origen o de exportación.