



de la misma, así como del Documento de respaldo al Acuerdo N° 21/90 (Construcción de Planta de Acido Sulfúrico N° 4 de Chuquicamata).

II.- CUENTA

1. Vicepresidencias de Operaciones, Comercialización, y Finanzas, así como Situación Laboral y Gestión Corporativa, (ver documentos adjuntos a Tabla de la Sesión de 29.01.1991)

2. **Inversiones**

- Planta de Acido Sulfúrico Teniente:

El señor Ministro de Minería señala que aun cuando no haya sido incluido en el Presupuesto 1991, el proyecto sigue en pie, y en definitiva, será el Presidente de la República quien deberá decidir; la licitación correspondiente tiene fecha de apertura de sobres para el 12 de Febrero. Para la adjudicación de la propuesta se dispone de un plazo aproximado de seis meses.

- Planta de Acido Sulfúrico Chuquicamata:

Este proyecto fue aprobado por el Ministerio de Hacienda. El proveedor hizo llegar una oferta válida hasta el 1° de marzo del año en curso.

3. **Campaña de Ventas**

Se adjunta al Acta el documento base de la exposición del Gerente de Ventas, señor Owen Guerrini.

30 días más, y entonces tenemos hoy día una carta vigente hasta el 1° de marzo, de manera que desde el punto de vista práctico, tenemos todo el mes de febrero para continuar con las negociaciones con Mitsubishi y ver si estamos en situación de llegar a un acuerdo con ellos respecto a la Planta N° 4 de Chuquicamata y es un tema que a mi me gustaría presentarlo en el contexto de lo que es la discusión presupuestaria, porque en una palabra nosotros pedimos 412 millones de dólares a Hacienda y Hacienda nos aprobó 360 millones de dólares, o sea, Hacienda recortó en 52 millones de dólares el presupuesto de inversión lo que nos obliga a hacer un juego de piernas con los proyectos que tenemos, porque no caben todos, y yo tengo una proposición que quiero hacérselas, que lo discutamos....

A. NOEMI Lo vemos Ministro en el punto de Asignación de Recursos de Inversión de Codelco cuando pasemos a la Tabla o usted quiere verlo por separado el tema de Chuqui

J. HAMILTON Ya que estamos en el tema de Chuqui yo diría una sola cosa, que la aprobación de Hacienda se dió sobre la base de ciertos que éste era una de las obras imprescindibles, o sea, yo no digo que se haga con Mitsubishi ni ahora ni con el precio que se haya propuesto, pero que esa obra tiene que hacerse no me cabe ninguna duda.

M. PACHECO Así está considerado y la propuesta que yo traigo saca la obra y la partimos el 1° de marzo, tenemos que hacer un poquito de cosmética para ver como opera.

A. NOEMI Presidente, Owen, Gerente de Ventas, reemplazante del Vice de Comercialización, va a plantearnos en una forma breve, los resultados de la Campaña de Ventas y los principales puntos que tocaríamos en esa materia.

O. GUERRINI Para ser breve, la campaña de ventas se llamaba de cobre para el año 1991, se origina en los meses de septiembre del año precedente, basado en un programa de producción, se hace un programa de maquilas interdivisionales consistente en enviarse estos productos de una división a

otra para su tratamiento posterior lo que original al final un programa de ventas. Los programas de ventas son los distintos productos que podemos vender en un radio determinado aquí están agrupados en 6 grupos, en realidad, la clasificación total de productos vendibles son alrededor de 12 o 14, pero algunos son muy de bajos montos, por lo tanto hemos preferido separadamente. Las Barras de los Cátodos Electrolíticos y los Cátodos de electroobtención gradual de Chuqui son de una categoría que es cobre consumido en el sector eléctrico del consumo del cobre, todo lo que es cable y alambre, el cobre calidad standard refinado en el Teniente y los cátodos de electroobtención de Chuqui de calidad standard son para uso en lo que llamamos en el sector mecánico, es decir, es decir la producción de tubos, de planchas etc., u el blíster es un producto que va a refinería para refinar a los cátodos y los concentrados de cobre a fundiciones para su posterior fusión, hay una combinación de Chuqui y Andina, Chuqui es muy difícil de vender por que su alto arsénico y el concentrado de Andina es más limpio aunque tiene problemas puntuales de arsénico pero es mucho más fácil de vender, incluso, muchas fundiciones en el mundo fueron creadas, diseñadas como tomando un modelo del concentrado de Andina. Una vez con esto en la mano procedemos a elaborar una estrategia de ventas para el año 1991 que está resumida un cuadro. El objetivo prioritario es relativamente obvio, consistente en aumentar los retornos, maximizarlos, pero tomando en cuenta que privilegiamos la venta de nuestros productos a los consumidores finales. Aquí hay consumidores que finalmente que usan el cobre son por lógica digamos nuestra contrapartida en torno al ambiente de comercialización. Hay otros intermediarios en el asunto, traders, comerciantes, que compran y venden cobre sin tener una posición sólida detrás de ellas, y eso vendemos a ellos efectivamente pero un poco para incrementar un poco los precios, los premios de los cuales vendemos. Para llevar a cabo la acción en el año 1991, introdujimos algunos cambios en la manera tradicional de vender el cobre, normalmente, productores de cobre,

estamos hablando aquí solamente de cátodos electrorefinados que es el producto que se transa en la Bolsa de Metales, normalmente vendían sus cátodos a consumidores comprometiendo la entrega de sus propias marchas, lo que al vender casi el 100% de la disponibilidad de un año determinado, impide el acceso del productor a mercados puntuales que se van generando en el transcurso del año. Surgen en distintas parte del año durante el año mercados atractivos de premios altos por circunstancias de baja de interés de la demanda local o porque falló alguna entrega de un productor, se genera un premio alto, entonces en la medida que uno tiene comprometido en sus ventas sus propias marchas, está impedido de reaccionar rápidamente ante esas alternativas, por lo tanto, introdujimos en los años, incluido el año 91, una flexibilización a los contratos de ventas consistente en que nosotros - Codelco - tiene la opción de entregar contra nuestros contratos de ventas marcas alternativas a las chilenas, eso nos permite por ejemplo, si surge un mercado atractivo en Asia, comprar cátodos en Europa, de buena calidad, marcas pre acordadas con los clientes, entregárselos a otros clientes y liberar aquí en Chile el cobre que podemos vender en los mercados. Implica una reacción rápida, podemos reaccionar rápido, antes teníamos que preguntarle al cliente si estaba dispuesto a recibir otras marcas, el proceso demoraba un tiempo, con esto logramos un objetivo que estaba un poco vendiendo sobre nuestra actuación como productor que era el dilema permanente de tener la producción vendida y tener que desaprovechar premios altos que surgen en el mercado, por esta vía creemos que podemos efectivamente acceder a ambos mercados, podemos cumplir con el contrato con los consumidores finales, que es nuestra meta, y además aprovecharnos del mercado tranquilos. La operación de canje es casi lo mismo implica hacer un swapp con un trader con un comerciante, el nos entrega a nosotros, nosotros le entregamos cobre a él,. El segundo punto importante en las ventas del año 1991 son en cuanto al cobre de calidad standard, que tradicionalmente se vende con un sistema de fijación de precios un poco inusual, podemos

RESULTADO CAMPAÑA DE VENTAS AÑO 1991
Exposición Sr. Owen Guerrini G.

vender en base al promedio, por ejemplo, del desembarque, vendemos al promedio de desembarque más menos el descuento correspondiente, este sistema de fijación de precios le daba al cliente la opción de fijar parte del precio de su cuota en base al precio conocido el día anterior, entonces, con dos precios, uno antes conocido y otro casi por conocer, siempre elegía obviamente el precio más bajo, el costo de este tipo de operación, para Codelco representó del orden de 44 dólares por tonelada, por encima de lo que nosotros cobramos, por dar este servicio, nosotros cobramos un precio adicional por otorgar este privilegio de este servicio, esto se eliminó, se reemplazó por fijaciones de un precio conocido y una variante con precios desconocidos que permite hacer operaciones de bolsas para obtener el promedio. El tercer punto importante en el año 1991 ha consistido en aumentar el premio para nuestros cátodos.

J. HAMILTON ¿Es una simple determinación de Codelco o es un acuerdo con los proveedores?

O. GUERRINI No, el aumento del premio es un acuerdo que se logra en el mes de septiembre con nuestros productores? Nosotros exportamos con los Zambianos, con los zaireños, con los peruanos, con los canadienses, con los australianos, con los polacos, los rusos, los suecos, algunos productores alemanes que venden en Alemania, filipinos, en general, todo el mundo que vende cobre en los mercados consumidores, nos juntamos informalmente, y llegamos a un acuerdo en cuanto a los niveles de precios, es un cartel informal, de Codelco. Aumentamos el premio de 10 libras a 15, un aumento del 50 por ciento, es poco porcentualmente con respecto al precio casi un 1,2 por ciento, pero es determinante en la política de venta general porque, cuando nosotros vendíamos en libras esterlinas, los últimos tres años, cada fin de campaña de ventas llegaba la gente que salía a vender diciendo hemos perdido toda nuestra producción de cátodos para el próximo año y todo el mundo no quería más, entonces reaccionamos ante esa alarma y dijimos aumentemos el premio hasta un nivel que sea tolerable para el

mercado y ese nivel es tolerable. Este nivel, incluso implicó que nosotros bajáramos un poco las ventas de cátodos para el año 1991 que era ya un deseo de la Gerencia de Ventas para poder disponer de más cobre para vender el mercado spot. En cuarto lugar, Asia está más lejos de Chile y está más caro que Chile en cuanto a flete se refiere, los pagos eran tradicionalmente los mismos que el sistema de pago que tienen los consumidores europeos y americanos, que es cinco días antes que llegue la nave a puerto de destino, pero como el período de navegación era más largo y el costo del flete más alto, nosotros estuvimos muchos años tratando de convencer a los clientes japoneses y asiáticos que deben compensarnos por ese mayor costo que significa para nosotros entregarles CIF que es la manera de vender a nuestros productores, y este año logramos mejorar el pago en diez días, nos pagan ahora los 15 días antes de la llegada. Y el punto 5 se refiere a que cuando llegamos aquí en marzo, era obvia que Escondida iba a entrar en producción a fines de años y que los términos de concentrado de cobre era altamente probable que se deterioraran, entonces, tomamos la determinación en ese momento de vender ya en los meses de mayo y junio del año 90 la producción de concentrados que iba a haber disponible hasta el año 91, efectivamente, así surgió, en estos momentos los términos de concentrados están como a 6 ó 7 centavos por libra de cobre contenido peores.

J. HAMILTON Pero Escondida tenía vendido sus concentrados....

O. GUERRINI Escondida? sí, pero el peso de Escondida, porque la entrega de Escondida han sido a través de las fundiciones, entonces, lo que vendimos hicimos una ronda con las fundiciones que normalmente abastecíamos, ofreciéndoles concentrados para el año 91, muchos de ellos se negaron a comprarnos, entonces vendimos a muchos comerciantes y algunas fundiciones también, japonesas, filipinas, pero los traders tienen posiciones cortas, han vendido concentrados a muchas por mucho tiempo, dos o tres años más, entonces tienen - para poder cumplir con esas ventas -

comprar material, entonces aprovechamos esa coyuntura para poder venderles a ellos en condiciones que en ese momento estaban en prolíferas condiciones del cobre. Los resultados de la campaña de ventas están sumidos resumidos en varios cuadros y yo creo que cabe resaltar, dos de ellos, uno que se refiera a la colocación de cátodos electrolíticos. La campaña de ventas es una actividad que se realiza entre la primera semana de octubre de un año y el 15 de diciembre aproximadamente de ese mismo año. Consiste en visitar a todos y a cada uno de nuestros clientes en el mundo, es un grupo de más o menos 8 ó 9 personas, son como 150 clientes en el mundo y los visitamos y hablamos de las cantidades que ellos quieren para el año 91, vamos a las fundiciones que estamos ofreciendo para el 91 y normalmente esos cierres de los contratos llegan alrededor muy afines de diciembre para el año 91, porque ellos tiene que hablar con los otros productores, otros abastecedores, con traders que en este mercado especial están ofreciendo cátodos con premios inferiores al nuestro, pero nosotros cumplimos un poco las metas nuestras, yo diría esencialmente porque tenemos una confiabilidad, la gente sabe que Codelco es un productor grande y que va a seguir siendo un productor grande y que no va a tener interrupciones importantes en su producción, hay problemas en Africa, Zambia y Zaire están irrecuperables, hay problemas en Perú, entonces ante esas alternativas, ven como el productor quizás más confiable a Codelco, cierran con nosotros antes que con otros. Aquí está listado las ventas por países y por continentes, el total de lo asignado para el año 1991, 624 mil versus 700 mil el año 90, la diferencia entre ambos son las ventas a Enami de blíster, queda por vender 33 mil toneladas, las ventas de cobre estándar, también los productos que caen bajo la categoría de cobre estandar refinados por el Teniente, lingotes de Chuqui, cátodos concentrados químicos de Chuqui y cátodos de electroobtención calidad estandar también de Chuqui ahí está la distribución por mercado, lo asignado para el año 1991, quedan 24 mil por vender de los cuales hay semi comprometidos para el próximo año, un

contrato para el segundo semestre de 10 mil, no es mayor problema, tener que vender esto en el transcurso del año. Finalmente, los mayores ingresos esperados para el año 1991 divididos en dos categorías, la categoría 1 responde a lo que nosotros - nuestra influencia en el mercado, la determinación del premio en los cátodos, la eliminación del sistema de precios con fijación de precios más conocidos, y la segunda categoría responde a cambios en el mercado que nosotros nos beneficiamos de ellos por ser productores y vendedores de cantidades de este cobre blíster y concentrado pero que no podemos influir mayormente en los términos que ofrece el mercado. Están divididos aquí el aumento del premio de los cátodos son 6 millones de dólares en relación con el backpricing, es más que eso, 4 millones 4, para eliminar el sistema de fijación de precio base mas que conocido y sustituirlo por condiciones con promedio tuvimos que aumentarle levemente el descuento, no es tan leve el descuento, porque son 20 dólares por toneladas pero se compensaba demás con la eliminación del sistema de fijación. Esto no es una explicación con base desconocida, esperamos que genera 2 millones y nos quede subido en 6 y en total creemos que el mayor ingreso total que genera la campaña de ventas del año 1991 para la Corporación es muy bueno.

A. NOEMI Sres. Directores yo quise que Owen expusiese en una forma rápida, por apremio del tiempo, si hubiera alguna pregunta de algún producto en especial o algún negocio en especial que ustedes quisieran saber.

F. MOLINA Yo le pediría a mister Owen que me preparara un dossier como asunto de Comercialización, por razones que el Directorio estaba con muchas cosas, como que le hemos dado poco tiempo, no por circunstancia, pero yo creo que es importante el Directorio empiece como a interiorizarse, agradecería mucho un dossier y que usted estuviera disponible para hacerle algunas ~~problemas~~. *preguntas*

O. GUERRINI Yo creo que esa es la forma de trabajar Fernando, porque normalmente uno se pierde en palabras y términos aquí y a lo mejor es una explicación simple.

J. HAMILTON Sobre todo que este tema es un tema que realmente hay una diferencia favorable, hay un cambio de Administración de Codelco, muchas gracias Owen.

J. HAMILTON Procedimiento de Recursos de Inversiones,

M. PACHECO Ministro, yo quisiera complementarlo con todos estos informes, el que se repartió lo tiene María Isabel ahí y tal vez sea útil volver a verlo...

A. NOEMI Yo creo importante una breve introducción, el hecho de la posibilidad de conversar con el Director don Mario Waissbluth, estuvimos viendo el tema que él va a presentar que es la Unidad de Investigación y Desarrollo, pero ahí yo creo que es muy importante para iniciar esta conversación referimos a un Memorandum de Mario que está en las Actas de la sesión N° 13, aquí tengo yo una copia, no sé si tu tienes, María Isabel copias, todos tienen? O.K. ... esto es el origen que habría tenido, Mario plantea cuatro observaciones de fondos a lo que él quiere saber a lo que él quisiera conocer sobre este tema de cómo se asigna los dineros cuáles son los programas cómo se hacen en el mediano y largo plazo, qué cosas tienen que cambiar dentro de Codelco. La respuesta que nosotros hemos dado hasta este momento a Mario es el punto cuarto, o sea, cómo operamos nosotros dentro de Codelco, qué es lo que se cumple en Codelco, qué es lo que se hace en Codelco y porqué y quienes nos reglamentan a nosotros en Codelco en ese trabajo, no hemos nosotros entrado en el tema uno, dos y tres que son temas exceden nuestro campo de acción, porque tienen que ser temas coordinados si queremos decir algo sobre esa materia - con Hacienda, con Ministerio de Planificación y con Cochilco y eso es yo creo, Mario, que es bueno dejarlo claro no podemos nosotros tener esa respuesta.

BASES ESTRATEGIA VENTAS 1991

OBJETIVO PRIORITARIO :

AUMENTAR LOS RETORNOS DE VENTAS PARA CODELCO-CHILE, SIN ARRIESGAR LA POSICION DE LA EMPRESA EN EL MERCADO EN GENERAL, NI SU RELACION CON LOS CLIENTES EN PARTICULAR.

ACCIONES:

- 1.- FLEXIBILIZAR LOS CONTRATOS DE VENTA DE CATODOS ELECTROREFINADOS.**

ESTO PERMITE:

- GENERAR DISPONIBILIDADES ADICIONALES , VIA COMPRA DE CATODOS, CON EL OBJETO DE BENEFICIARSE DE TERMINOS FAVORABLES EN EL MERCADO SPOT.**
 - INTENSIFICAR LAS OPERACIONES DE CANJE.**
- 2.- ELIMINAR LAS VENTAS CON FIJACION A PRECIO CONOCIDO.**
 - 3.- AUMENTAR EL PREMIO PARA CATODOS GRADO A EN £ 5 /TM.**
 - 4.- MEJORAR LOS TERMINOS DE PAGO DE LAS VENTAS AL MERCADO ASIATICO.**
 - 5.- ADELANTAR LAS NEGOCIACIONES DE VENTA DE CONCENTRADOS DE COBRE.**
 - 6.- UTILIZAR LOS MERCADOS TERMINALES .**

PROGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS DE COBRE 1991
 (Cifras en miles de TM de cobre contenido)

REVISION SEPTIEMBRE 1990

PRODUCTO	P(1)	P(2)	PV
BARRAS	37	37	37
CATODOS ELECTROREFINADOS	504	625	625
CATODOS EW-SX CALIDAD A	54	54	54
COBRE CALIDAD STANDARD	168	168	168
COBRE TIPO BLISTER	198	139	139
CONCENTRADOS DE COBRE	191	123	119
TOTAL	1.152	1.146	1.142

COMPARACION PROGRAMA DE VENTAS DE COBRE 1990 Y 1991
 (Cifras en miles de TM de cobre contenido)

PRODUCTO	PV 1990	PV 1991 [REV. SEPT. 90]	VARIACION
BARRAS	48	37	-11
CATODOS ELECTROREFINADOS	678	625	-53
CATODOS EW-SX CALIDAD A	13	54	41
COBRE CALIDAD STANDARD	168	168	0
COBRE TIPO BLISTER	157	139	-18
CONCENTRADOS DE COBRE	148	119	-29
TOTAL	1.212	1.142	-70

BARRAS
(Cifras en TM)

MERCADOS	VENTAS 1990	ASIGNADO 1991	CERRADO 1991
AMERICA	20.997	13.000	10.915
CHILE	20.052	12.000	10.415
AMERICA LATINA (EXC.CHILE)	945	1.000	500
EUROPA	22.800	24.000	22.800
ALEMANIA	22.800	18.000	4.800
BELGICA	0	6.000	18.000
ASIA	4.800	0	600
COREA	800	0	0
INDIA	4.000	0	0
TAILANDIA	0	0	600
TOTAL	48.597	37.000	34.315

SALDO POR VENDER 2.685

NEGOCIACIONES EN CURSO : 4.800 TM PARA INDIA

PRINCIPALES MODIFICACIONES EN LAS CONDICIONES DE VENTA

	1990	1991
PREMIO		
PROMEDIO	- -	+ £ 7-8 /TM
UNKNOWN	+ £ 10 /TM	- -
PERIODO DE COTIZACION	M+1 - M+2	M - M+1

CATODOS ELECTROREFINADOS
(Cifras en TM)

MERCADOS	VENTAS 1990	ASIGNADO 1991	CERRADO 1991
AMERICA	79.279	89.694	89.525
EEUU	59.900	60.000	41.720
AMERICA LATINA (EXC.CHILE)	6.123	5.694	4.750
CHILE	13.256	24.000	43.055
EUROPA	379.430	299.000	299.695
ALEMANIA (EXC.SUBSIDIARIA)	72.000	49.800	18.000
FRANCIA (EXC.SUBSIDIARIA)	84.800	59.800	76.200
SUBSIDIARIAS	80.650	50.000	79.975
ITALIA	60.130	60.000	42.870
INGLATERRA	33.000	33.000	34.200
SUECIA	20.350	20.400	14.850
OTROS	28.500	26.000	33.600
ASIA	209.250	211.000	159.310
JAPON	86.500	86.400	74.700
COREA	33.400	31.800	18.600
TAIWAN	31.200	31.200	30.000
INDONESIA	20.800	19.800	18.600
MALASIA	15.000	14.400	11.360
INDIA	12.000	12.000	3.000
OTROS	10.350	15.400	3.050
COMERCIANTES	31.475	25.140	42.500
TOTAL	699.434	624.834	591.030

SALDO POR VENDER

33.804

CATODOS EW-SX CALIDAD GRADO A
(Cifras en TM)

MERCADOS	VENTAS 1990	ASIGNADO 1991	CERRADO 1991
AMERICA	0	0	0
EUROPA	3.500	33.600	9.000
ALEMANIA	2.700	12.600	0
FRANCIA	200	12.600	9.000
BELGICA	300	6.000	0
ITALIA	300	3.000	0
ASIA	0	8.400	20.050
JAPON	0	0	4200
COREA	0	0	3.400
TAIWAN	0	2.400	2.400
INDONESIA	0	3.600	6.000
MALASIA	0	2.400	4.000
TAILANDIA	0	0	50
COMERCIANTES	0	12.195	0
TOTAL	3.500	54.195	29.050

SALDO POR VENDER

25.145

CATODOS ELECTROREFINADOS

NEGOCIACIONES EN CURSO : 15.000 TM PARA INDIA
11.000 TM PARA ESPAÑA
6.000 TM PARA EEUU

PRINCIPALES MODIFICACIONES EN LAS CONDICIONES DE VENTA

	1990	1991
PREMIO		
PROMEDIO	+ £ 10	+ £ 15
UNKNOWN	+ £ 17	+ £ 25
MATERIAL	MARCAS CHILENAS	LISTA DE MARCAS OPCION ENTREGAR HASTA 10% COMO CAT.EW-SX CAL. A
PAGO	SE ADELANTO PARA LAS VENTAS A ASIA	

CATODOS EW-SX CALIDAD GRADO A

CONDICIONES DE VENTA 1991

PREMIO

PROMEDIO	+ £ 5 /TM
UNKNOWN	+ £ 15 /TM

OTRAS CONDICIONES

LAS MISMAS DE LOS CATODOS ER

SE PUEDE CUMPLIR HASTA UN 10% DE PARTE DE LOS COMPROMISOS DE CATODOS ER EN EUROPA CON CATODOS EW-SX CALIDAD A .

ESTO PERMITIRIA DISMINUIR LA DISPONIBILIDAD DE CATODOS EW-SX CALIDAD A EN HASTA 7.000 TM, LIBERANDO CATODOS ER PARA VENTAS SPOT.

ADICIONALMENTE, SE PUEDEN ENTREGAR A LAS SUBSIDIARIAS HASTA 18.000 TM DE CATODOS EW-SX CALIDAD A , LIBERANDO CATODOS ER.

COBRE CALIDAD STANDARD
CAT. ERRQ + CAT. EW-SX STANDARD + REFINADO A FUEGO + LINGOTES)
(Cifras en TM)

MERCADOS	VENTAS 1990	ASIGNADO 1991	CERRADO 1991
AMERICA	37.666	41.716	31.925
EEUU	22.220	21.000	16.200
ARGENTINA	3.878	5.700	2.700
BRASIL	500	4.700	560
CHILE	11.068	10.316	12.465
EUROPA	99.575	103.850	94.900
ALEMANIA	39.400	37.800	41.400
ITALIA	35.800	33.050	30.700
INGLATERRA	12.725	12.600	8.400
ESPAÑA	5.950	12.000	10.900
SUECIA	3.300	3.600	1.100
GRECIA	2.400	4.800	2.400
ASIA	20.350	16.450	22.650
JAPON	7.800	6.000	7.800
COREA	12.100	10.000	14.400
HONG KONG	450	450	450
COMERCIANTES	0	6.200	0
TOTAL	157.591	168.216	149.475

SALDO POR VENDER :	TOTAL	24.741
	CATODOS ERRQ	7.500
	CATODOS EW-SX STANDARD	-1.484
	REFINADO A FUEGO	8.125
	LINGOTES	10.600

COBRE CALIDAD STANDARD

NEGOCIACIONES EN CURSO : 7.800 TM RAF PARA ITALIA

PRINCIPALES MODIFICACIONES EN LAS CONDICIONES DE VENTA

ELIMINACION DEL BACKPRICING

	1990	1991
DESCUENTOS		
CATODOS EW-SX STANDARD BACKPRICING	- £ 5 /TM	- -
UNKNOWN PROM. PONDERADO	- -	-£ 8 a -£ 20 /TM -£ 16
PROMEDIO PROM. PONDERADO	- -	-£ 15 a -£ 23 /TM -£ 17
RAF Y LINGOTES		
BACKPRICING	£ 15 a £ 18 /TM	- -
UNKNOWN PROM. PONDERADO	- -	-£ 23 a -£ 30 /TM -£ 28
PROMEDIO PROM. PONDERADO	- -	-£ 30 a -£ 39 /TM -£ 32

COBRE TIPO BLISTER
BLISTER TENIENTE + ANODOS + CATODOS EO TRADICIONALES)
(Cifras en TM)

MERCADOS	VENTAS 1990	ASIGNADO 1991	CERRADO 1991
AMERICA	97.100	92.400	106.550
EEUU	44.000	26.400	39.800
CANADA	7.000	0	0
BRASIL	10.000	0	0
CHILE	36.100	66.000	66.750
EUROPA	59.600	34.800	15.800
ALEMANIA	17.600	10.800	12.800
BELGICA	18.000	9.000	3.000
INGLATERRA	12.000	7.200	0
FRANCIA	3.600	0	0
AUSTRIA	3.000	2.400	0
YUGOSLAVIA	3.000	3.000	0
HUNGRIA	2.400	2.400	0
ASIA	0	8.400	0
TURQUIA	0	8.400	0
COMERCIANTES	0	2.980	10.800
TOTAL	156.700	138.580	133.150

SALDO POR VENDER

5.430

COBRE TIPO BLISTER

PRINCIPALES MODIFICACIONES EN LAS CONDICIONES DE VENTA

	1990	1991
CARGO REFINACION	[USD/TM]	[USD/TM]
BASE LME	95 a 220	70 a 150
PROMEDIO	190	125
BASE COMEX	153 a 187	125 a 145
PROMEDIO	172	138

CONCENTRADOS DE COBRE

(Cifras en TMF)

MERCADOS	VENTAS 1990	ASIGNADO 1991	CERRADO 1991
AMERICA	47.200	61.880	55.174
CANADA	4.200	1.400	1.400
BRASIL	43.000	36.400	36.400
CHILE	0	24.080	17.374
EUROPA	16.600	2.800	2.800
ALEMANIA	5.600	0	0
ESPAÑA	4.200	2.800	2.800
SUECIA	6.800	0	0
ASIA	43.000	24.000	18.400
JAPON	28.000	11.200	5.600
FILIPINAS	12.200	12.800	12.800
COREA	2.800	0	0
COMERCIANTES	25.408	30.183	21.616
TOTAL	132.208	118.863	97.990

SALDO POR VENDER :	TOTAL	20.873
	CONC. ANDINA	18.487
	CONC. CHUQUICAMATA	2.386

CONCENTRADOS DE COBRE

PRINCIPALES MODIFICACIONES EN LAS CONDICIONES DE VENTA

	1990	1991
	[USc / lb]	[USc / lb]
CARGO REFINACION Y TRATAMIENTO	23,6 a 29,4	15,3 a 20,9
PROMEDIO PONDERADO	25,6	19

VENTAS DE ALAMBRO DE COBRE

PERIODO 1990-1991
(Cifras en T.M.)

CODELCO-KUPFERHANDEL

PAIS	1990	1991	
		MINIMO	MAXIMO
ALEMANIA	52.634	41.683	46.302
FRANCIA	7.506	8.712	10.373
ITALIA	11.307	5.602	5.602
AUSTRIA	8.384	6.863	7.863
SUIZA	2.400	4.500	4.500
INGLATERRA	1.749	1.281	1.515
HOLANDA	0	4.500	5.500
FINLANDIA	2.000	0	0
ESPAÑA	73	0	0
TOTAL	86.053	73.141	81.655

CODELCO-FRANCE

PAIS	1990	1991	
		MINIMO	MAXIMO
ALEMANIA	5.470	7.800	7.800
FRANCIA	14.276	11.200	15.675
ITALIA	6.541	3.918	3.918
AUSTRIA	0	0	0
SUIZA	0	0	0
INGLATERRA	0	0	0
HOLANDA	0	0	0
FINLANDIA	0	0	0
ESPAÑA	1.281	576	2.112
TOTAL	27.568	23.494	29.505

VENTAS DE ALAMBRON DE COBRE

CODELCO-FRANCE

PERIODO 1990-1991

(Cifras en T.M.)

PAIS	1990	1991	
		MINIMO	MAXIMO
ALEMANIA	5.470	7.800	7.800
AUSTRIA	0	0	0
FRANCIA	14.276	11.200	15.675
ITALIA	6.541	3.918	3.918
SUIZA	0	0	0
INGLATERRA	0	0	0
HOLANDA	0	0	0
FINLANDIA	0	0	0
ESPAÑA	1.281	576	2.112
TOTAL	27.568	23.494	29.505

PARAMETROS DE VENTA PARA ALAMBRON

CODELCO-KUPFERHANDEL

PERIODO 1990-1991

	1990		1991	
	10/17 £	US\$/TM	15/25 £	US\$/TM
PREMIO CATS				
SURCHARGE (Distintos ø)	8 mm = 260 DM 10 mm = 307 DM 13 mm = 317 DM 16 mm = 328 DM	173 205 211 219	8 mm = 279 DM 10 mm = 326 DM 13 mm = 336 DM 16 mm = 347 DM	186 217 224 231
REBATES (1)	12 DM	8	22,6 DM	15
FIJACION PRECIOS	PROMEDIO-B.P.-U.K.		PROMEDIO-U.K.	
PERIODO DETERMI- NACION PRECIOS	M-1 a M+1		M-1 a M	
MONEDA DE PAGO	DM/US\$/£/FF		DM/US\$/£/FF	
FORMA DE PAGO	CAD - L/C		CAD - L/C	
PLAZO DE PAGO	0 - 4 semanas		0 - 4 semanas	
ENTREGA	CIF/FOB/FOT/FOR		CIF/FOB/FOT/FOR	
CONVERSION MONEDAS	Fin.Times Frankfurt Allg.		Fin.Times Frankfurt Allg.	

(1) Promedio ponderado de los contratos.

PARAMETROS DE VENTA PARA ALAMBRON

CODELCO-FRANCE

PERIODO 1990-1991

	1990		1991	
		US\$/TM		US\$/TM
PREMIO CATS	10/17 £		15/25 £	
SURCHARGE (Distintos ø)	8 mm = 884 FF 10 mm = 1.024 FF 12 mm = 1.044 FF 14 mm = 1.107 FF 16 mm = 1.115 FF 20 mm = 1.455 FF	177 205 209 221 223 291	8 mm = 935 FF 10 mm = 1.085 FF 12 mm = 1.100 FF 14 mm = 1.158 FF 16 mm = 1.166 FF 20 mm = 1.505 FF	187 217 220 232 233 301
REBATES (1)	62 FF	12	78 FF	16
FIJACION PRECIOS	PROMEDIO-B.P.-U.K.		PROMEDIO-B.P.-U.K.	
PERIODO DETERMI- NACION PRECIOS	M-1 / M		M-1 / M	
MONEDA DE PAGO	FF / DM / £		FF / DM / £	
FORMA DE PAGO	CAD - L/C		CAD - L/C	
PLAZO DE PAGO	21,8 DIAS		15,8 DIAS	
ENTREGA	CIF/FOT/FOR		CIF/FOT/FOR	
CONVERSION MONEDAS	Fin.Times Parls Official		Fin.Times Parls Official	

(1) Promedio ponderado de los contratos.

SALDO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA AL 18.01.91
(Cifras en miles de TM de cobre contenido)

PRODUCTO	PV CERRADO REV. SEPT 90 AL 18.01.91	SALDO
BARRAS	37.000 34.315	2.685
CATODOS ELECTROREFINADOS	624.834 591.030	33.804
CATODOS EW-SX CALIDAD A	54.195 29.050	25.145
COBRE CALIDAD STANDARD	168.216 149.475	24.741
COBRE TIPO BLISTER	138.580 133.150	5.430
CONCENTRADOS DE COBRE	118.863 97.990	20.873
TOTAL	1.141.688 1.035.010	112.678

SALDO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA AL 18.01.91
(Cifras en miles de TM de cobre contenido)

PRODUCTO	PV REV. ENERO 91	CERRADO AL 18.01.91	SALDO
BARRAS	30.915	34.315	-3.400
CATODOS ELECTROREFINADOS	616.497	591.030	25.467
CATODOS EW-SX CALIDAD A	70.497	29.050	41.447
COBRE CALIDAD STANDARD	154.395	149.475	10.920
COBRE TIPO BLISTER	125.251	133.150	-7.899
CONCENTRADOS DE COBRE	136.213	97.990	38.223
TOTAL	1.133.768	1.035.010	104.758

AÑO 1991

VARIACION DEL PROGRAMA PRODUCCION DIVISIONAL (P1)

VARIACION DEL PROGRAMA DE VENTAS P.V.

(Cifras en TME)

PRODUCTOS	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA
	P(1) OFICIAL 22/08/90	P(1) REVISION SEPT.90	P(1) REVISION DIC.90	P(1) REVISION ENE.91	P V OFICIAL 22/08/90	P V REVISION SEPT.90	P V REVISION DIC.90	P V REVISION ENE.91	
WTEBARS	37.000	37.000	37.000	31.300	37.000	37.000	36.210	30.915	
LINGOTES	13.000	13.000	13.000	8.900	13.000	13.000	13.000	8.900	
CATODOS ERQ	13.000	13.000	13.000	12.550	13.000	13.000	13.000	12.550	
CATODOS ER	504.366	504.366	499.558	494.831	600.834	624.834	623.814	616.497	
CATODOS EWSX A CHUQUI.	48.319	48.319	48.319	62.722	48.319	48.319	48.319	62.722	
CATODOS EWSX STD. CHUQUI.	32.216	32.216	32.216	17.813	32.216	32.216	32.203	17.800	
CATODOS EWSX A TTE.	5.876	5.876	7.650	7.532	5.876	5.876	7.893	7.775	
RAF	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	115.645	115.145	
RAF OFF GRADE	0	0	0	0	0	0	0	0	
	170.000	170.000	165.616	166.247	72.000	48.000	40.576	38.750	
CATODOS E.O.T.	17.558	17.558	17.558	17.558	17.558	17.558	17.653	17.653	
BLISTER	9.702	9.702	3.421	11.799	61.350	61.350	57.153	53.979	
RESTOS DE ANODOS	534	534	6.079	5.169	11.672	11.672	16.779	14.259	
CEMENTOS	0	0	0	0	0	0	0	0	
CONC.CHUQUI.	75.260	75.260	75.260	75.817	61.883	28.920	28.456	26.814	
CONC.ANDINA	116.042	116.042	116.042	116.000	56.980	89.943	82.947	107.999	
CONC.SALVADOR	0	0	0	0	0	0	1.400	1.400	
CONC.TENIENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	1.152.873	1.152.873	1.144.719	1.138.238	1.141.688	1.141.688	1.135.048	1.133.768	

ESTRATEGIA PARA VENDER SALDO DE PRODUCTOS

- 1.- CONCLUIR NEGOCIACIONES EN CURSO
- 2.- VENTAS SPOT A CLIENTES REGULARES
- 3.- LICITACIONES ABIERTAS
- 4.- NEGOCIACIONES PRIVADAS CON COMERCIANTES

MAYOR INGRESO ESPERADO 1991

(CIFRAS EN MILES DE USD)

1.- CAMBIOS ESTRATEGIA DE VENTAS		<u>13.300</u>
- AUMENTO PREMIO CATODOS		<u>6.000</u>
580.000 TM CAT. ER	x £ 5 /TM	5.500
55.000 TM CAT. EW-SX CAL. A	x £ 5 /TM	500
- ELIMINACION BACKPRICING		<u>3.300</u>
100.000 TM COBRE STANDARD	x USD 33 /TM	
- MAYOR DESCUENTO COBRE STANDARD		<u>(2.000)</u>
100.000 TM COBRE STANDARD	x USD 20 /TM	
- TRANSFORMACION CTOS UNKNOWN A PROMEDIO		<u>1.400</u>
140.000 TM	x USD 10 /TM	
- VENTAS A COMERCIANTES		<u>2.100</u>
50.000 TM CAT. ER	x USD 15 /TM	750
10.800 TM BLISTER	x USD 40 /TM	430
42.000 TM CONCENTRADOS	x USD 22 /TM	920
- CANJES		<u>1.600</u>
20.000 TM CAT. ER EN USA	x USD 40 /TM	800
40.000 TM CAT. ER EN EUR/ASIA	x USD 20 /TM	800
- ADELANTO PAGO EN ASIA		<u>900</u>
130.000 TM	x USD 7 /TM	
2.- CAMBIOS EN TERMINOS DE MERCADO		<u>18.000</u>
- COBRE TIPO BLISTER		<u>3.300</u>
66.400 TM	x USD 50 /TM	
- CONCENTRADOS DE COBRE		<u>14.700</u>
98.000 TMF	x USD 150 /TM	
TOTAL MAYOR INGRESO		<u>31.300</u>