

SECRETARIA DE ECONOMIA

RESOLUCION preliminar de la investigación antidumping sobre las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, mercancía actualmente clasificada en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, originarias de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, con independencia del país de procedencia.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Economía.

RESOLUCION PRELIMINAR DE LA INVESTIGACION ANTIDUMPING SOBRE LAS IMPORTACIONES DE VAJILLAS Y PIEZAS SUELTAS DE VAJILLAS DE CERAMICA, MERCANCIA ACTUALMENTE CLASIFICADA EN LA FRACCION ARANCELARIA 6912.00.01 DE LA TARIFA DE LA LEY DE LOS IMPUESTOS GENERALES DE IMPORTACION Y DE EXPORTACION, ORIGINARIAS DE LAS REPUBLICAS DE COLOMBIA, ECUADOR E INDONESIA, CON INDEPENDENCIA DEL PAIS DE PROCEDENCIA.

Visto para resolver en el momento procesal que nos ocupa el expediente administrativo 24/01 radicado en la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales de la Secretaría de Economía, se emite la presente Resolución de conformidad con los siguientes

RESULTANDOS

Presentación de la solicitud

1. El 19 de septiembre de 2001, la empresa Cerámica Santa Anita, S.A. de C.V., en lo sucesivo Santa Anita, por conducto de su representante, compareció ante la Secretaría de Economía, en lo sucesivo la Secretaría, para solicitar el inicio de la investigación antidumping y la aplicación del régimen de cuotas compensatorias sobre las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, originarias de las Repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, independientemente del país de procedencia.

2. La solicitante argumentó que en el periodo comprendido de julio de 2000 a junio de 2001, las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, originarias de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, se efectuaron en condiciones de discriminación de precios, lo que ha causado un daño a la industria nacional de mercancías idénticas o similares, conforme a lo dispuesto en los artículos 28, 30, 39, 40, 41 y 42 de la Ley de Comercio Exterior, en lo sucesivo LCE.

Empresa solicitante

3. Santa Anita es una empresa constituida conforme a las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, con domicilio para oír y recibir notificaciones en Vicente Suárez número 42, despacho 2, colonia Condesa, código postal 06140, México, D.F., cuyo objeto social consiste principalmente en la fabricación, producción, compra, distribución, importación y exportación de todo tipo de vajillas de cerámica, incluyendo las de cerámica de gres, en inglés stoneware, así como la producción, fabricación, compra, venta, arrendamiento, importación y exportación por cuenta propia o de terceros de cualquier otros productos similares para usos industriales, comerciales, domésticos y agrícolas.

4. Conforme a lo previsto en el artículo 40 de la LCE, la solicitante manifestó que durante el periodo investigado representó el 66 por ciento de la producción nacional del producto investigado.

Investigaciones relacionadas

5. El 25 de mayo de 1992 se publicó en el **Diario Oficial de la Federación**, en lo sucesivo DOF, la Resolución definitiva sobre las importaciones de vajillas o piezas sueltas de porcelana y cerámica comprendidas en las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la entonces Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación, originarias de la República Popular de China, independientemente del país de procedencia, la cual impuso las siguientes cuotas compensatorias:

- A. Para las vajillas o piezas sueltas de porcelana, originarias de la República Popular de China, independientemente del país de procedencia, 26 por ciento.
- B. Para las vajillas y piezas sueltas de cerámica, originarias de la República Popular de China, independientemente del país de procedencia, 23 por ciento.

6. El 3 de junio de 1996 se publicó en el DOF la Resolución por la que se desechó la solicitud de inicio de la 1a. revisión de cuota compensatoria definitiva presentada por Cerámica Santa Anita, sobre las importaciones de vajillas de porcelana y cerámica anteriores.

7. El 31 de octubre de 1997 se publicaron en el DOF las resoluciones finales de la 2a. revisión de las cuotas mencionadas en el punto 5 de esta Resolución. Con base en dichas resoluciones se sustituyeron

las cuotas compensatorias definitivas de 26 y 23 por ciento por otras de 99.81 y 95.06 por ciento, respectivamente, las cuales se encuentran vigentes a la fecha.

Información sobre el producto

8. En la etapa de inicio la solicitante indicó que el nombre genérico del producto investigado nacional y de importación es vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, cuyas características principales son: peso, dimensiones, capacidad, resistencia al choque térmico y al impacto, absorción de agua, tipo de decorado y número de tintas, las cuales nunca son iguales entre los diferentes productores del mundo.

9. Locería Colombiana, S.A., y Cerámica Andina, C.A., exportadoras que comparecieron en la presente investigación como se describe más adelante, indicaron que la solicitante definió de forma imprecisa el producto, lo que llevó a la Secretaría a una delimitación inconsecuente de los alcances de la investigación. Asimismo, con base en la publicación "Introducción a la Tecnología de la Cerámica", señalaron que cerámica son los objetos hechos de arcilla, independientemente de su técnica de realización o decoración, moldeada con agua, secada al aire y consolidada a fuego.

10. De acuerdo con tablas de especificaciones y catálogos en la resolución de inicio se señaló lo siguiente: **i)** el producto nacional es de color blanco o crema, decorado en estampado, resistencia al impacto alto y al astillamiento (chipping) alto, absorción de agua bajo y recubrimiento del esmalte uniforme, con la base de la pieza sin esmalte, **ii)** el producto de la República de Colombia es de color blanco o crema, decorado de estampado, con resistencia al impacto alto y astillamiento bajo, absorción de agua alto, y el recubrimiento de esmalte es delgado con faltantes en las orillas en algunas piezas, **iii)** el producto de la República de Ecuador es color crema, con decorado de pad printing para platos y esmalte para tazas, resistencia al impacto bajo y al astillamiento bajo, absorción de agua alto, el recubrimiento del esmalte es delgado, y **iv)** el producto de la República de Indonesia es blanco, con decoración de calcomanía, resistencia al impacto bajo y al astillamiento alto, absorción de agua bajo y recubrimiento del esmalte uniforme.

11. En esta etapa, las exportadoras indicaron que las diferencias de peso, dimensiones, capacidad, resistencia, absorción de agua y decorado no sólo se refieren a diferencias de diseño, ya que estas diferencias los hacen productos perfectamente diferenciados que, conforme al artículo 37 fracción II del Reglamento de la ley de Comercio Exterior, en lo sucesivo, RLCE, resultan ser productos no similares.

12. De acuerdo con el diccionario de cerámica ya referido, las exportadoras señalaron que cerámica es toda pieza de arcilla moldeada y cocida a baja o alta temperatura, esté o no esmaltada, y abarca desde la terracota hasta la porcelana. Indicaron que existen diferentes tipos de cerámica en la industria de vajillas, destacando la loza y el stoneware, donde:

- A.** La loza es más porosa, frágil y sensible al despostillado al absorber de 9 a 15 por ciento de agua, es liviana, al tener mayor porcentaje de arcilla y un menor porcentaje de feldespato. Se elabora a una temperatura de 1,100 grados centígrados. Sus características permiten mayor decoración y es apropiado para uso en hogares.
- B.** El stoneware es más pesado y duro al tener mayor proporción de feldespato, absorbe menos del 2 por ciento de agua, se elabora a una temperatura de 1,200 a 1,250 grados centígrados. Las arcillas para su fabricación queman oscuro, por lo que se opacifica con silicato de zirconio para ocultar el color de las arcillas y ofrecer un color blanco lechoso o crema. Las decoraciones no son tan variadas como en la loza y colores menos vivos por la alta temperatura de cocción.
- C.** Por lo descrito en los dos incisos anteriores, las exportadoras señalaron que cerámica es el género y que la loza, loza porosa, loza vitrificada, stoneware, terracota, porcelana, entre otras, son la especie.

13. Locería Mexicana, S.A de C.V., en lo sucesivo Locería Mexicana, importadora que compareció en la presente investigación como se describe más adelante, coincidió con lo señalado por las exportadoras, y además presentó las siguientes definiciones de porcelana y vitreous china, donde:

- A.** La porcelana es el producto cerámico de mayor calidad, más resistente y costoso, ya que utiliza materias primas de mayor refinación y blancura, y es completamente vitrificado. Inicialmente se hace un bizcocho de baja temperatura (900 grados centígrados) y luego se quema simultáneamente la pasta y el esmalte a una temperatura de 1,350 a 1,400 grados centígrados.
- B.** El vitreous china se acerca a la calidad tipo porcelana, es más dura y resistente por su mayor contenido de feldespato y de muy baja absorción de agua.

14. Locería Mexicana señaló que sus productos son muy diferentes a los nacionales, ya que consiste en vajillas y piezas sueltas de vajillas de loza, mientras que el nacional es de cerámica tipo stoneware, el cual es más pesado, más resistente y de piezas más grandes, entre otras diferencias.

15. Vitrocrisa, S. de R.L. de C.V., en lo sucesivo Vitrocrisa, importadora que compareció en la presente investigación como se describe más adelante, señaló que el producto nacional e importado son comparables y semejantes, básicamente por tamaños y modelos de piezas, resistencia al impacto, resistencia a despostilladuras y astilladuras, y resistencia al choque térmico.

16. Con base en información de la publicación International Porcelain, Santa Anita señaló que la cerámica se forma a temperaturas superiores a los 800 grados centígrados en un proceso que se llama vitrificación, del cual según las temperatura, se forman diferentes tipos de cerámica como: porcelana, stoneware y earthenware, en donde:

- A.** Earthenware es cerámica de arcilla, cocida a baja temperatura entre 800-1,100 grados centígrados, de color blanco, rosa o gris.
- B.** Stoneware es cerámica producida en un rango de temperatura entre 1,200-1,280 grados centígrados, es dura, no porosa y durable.
- C.** Porcelana es cerámica producida a temperatura dentro de un rango de 1,200-1,400 grados centígrados, usualmente de alta calidad, dura, blanca, densa y no porosa.

17. Por lo anterior, la solicitante señaló que las características del stoneware y el earthenware son las mismas e inclusive pueden llegar a confundirse; la diferencia estriba en las materias primas utilizadas y, por tanto, las mercancías exportadas por las repúblicas de Ecuador y Colombia y, las fabricadas por Santa Anita son similares en términos de lo que establece el artículo 37 del RLCE.

18. Las exportadoras indicaron que las vajillas cerámicas se clasifican por sus materias primas, las cuales determinan su absorción de agua, de tal manera una cerámica muy poco porosa se denomina "vitrificada" y una más porosa se le llama "no vitrificada". Así, la terracota tiene hasta 20 por ciento de absorción, mientras que la porcelana vitrificada tiene 0 por ciento.

19. Por su parte, Santa Anita señaló que los exportadores suponen una clasificación que no existe técnica ni comercialmente, y aunque la Norma Ecuatoriana establezca esta clasificación no significa que aplique internacionalmente, al ser sólo válida en su país.

20. Fábrica de Loza El Anfora, S.A. de C.V., en lo sucesivo El Anfora, señaló que fabrica vajillas y piezas sueltas de vajillas de loza semi-vitrificada de color blanco, cuerpo opaco no traslúcido, esmalte brillante, libre de plomo y cadmio y de grosor variable. Indicó que clasificar la cerámica sólo por su grado de absorción de agua no es relevante ni diferencial para el consumidor final, ya que una mejor clasificación es la Nomenclatura Combinada de la Comunidad Europea, que clasifica porcelana, stoneware y earthenware.

21. El Anfora indicó que si clasificara sus vajillas conforme a la Nomenclatura Combinada serían stoneware, pero por el grado de absorción serían semivitrificadas o porosas. Por otra parte señaló que las vajillas investigadas y las nacionales comparten características físicas y composición semejante, lo que las hace intercambiables.

22. Por su parte, Locería Jalisciense, S.A. de C.V., en lo sucesivo Locería Jalisciense, indicó que fabrica piezas sueltas de vajillas de pasta blanca y barro, y en ambos casos son no vitrificadas.

23. Cabe señalar que Cerámica Andina señaló que los productos no eran similares a los nacionales, mientras que Vitrocrisa indicó que eran comparables y semejantes.

24. Para las exportadoras la diferencia esencial no fue expuesta por la solicitante, entre el stoneware o loza vitrificada, y el producto de las exportadoras que es loza o loza porosa no vitrificada, o semivitrificada. Argumentaron que la autoridad no exigió a la solicitante las pruebas de sus afirmaciones, no procediendo conforme a lo dispuesto en los artículos 52 fracción II de la LCE y 5.2 del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, en lo sucesivo Acuerdo Antidumping. Mencionaron que Santa Anita se refiere a la cerámica cuando pretende que se investigue la loza, que es un tipo de cerámica.

25. Santa Anita señaló que definió el producto nacional y el importado como vajillas de cerámica, identificadas en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación, en lo sucesivo TIGIE, advirtiendo que las características principales son: peso, dimensiones, capacidad, resistencia a choque térmico, resistencia al impacto, absorción de agua y tipo de decorado, las cuales nunca son iguales entre los diferentes productores del mundo. Indicó que desde el inicio de la investigación se señaló que la diferenciación de las vajillas tienen que ver con las características mencionadas y no solamente en el diseño, y que estas diferencias no hacen que los productos dejen de ser similares.

26. Las exportadoras señalaron que la investigación debe concluirse, porque la solicitante no presentó pruebas de las características de los productos de las repúblicas de Colombia y Ecuador, de un análisis

comparativo de insumos, ni del proceso de elaboración, conforme a los artículos 75 del RLCE y 5.2 y 5.3 del Acuerdo Antidumping.

27. Santa Anita indicó que en la información proporcionada en el inicio y en la respuesta a la prevención presentó pruebas razonablemente a su alcance en términos de lo establecido en los artículos 5.2 y 5.3 del Acuerdo Antidumping. Considera que dar por terminada la investigación es absurdo, ya que la información sobre las características de los productos investigados no es información que esté disponible y que los propios exportadores en su réplica presentaron esta información como confidencial.

28. Al respecto, la Secretaría considera que la solicitud cumplió con lo establecido en los artículos 5.2 y 5.3 del Acuerdo Antidumping, ya que se proporcionó información razonablemente disponible para la promovente, como catálogos de producto, especificaciones, normas, descripciones generales de las características, insumos, usos y proceso productivo, por lo que es improcedente concluir la investigación.

29. Con base en la información que se allegó la Secretaría, y de un requerimiento a la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, A.C., en los sucesivos CANACINTRA, los vajillas pueden agruparse en tres grandes grupos: porcelana, stoneware, y loza, en donde las materias primas utilizadas son básicamente las mismas con algunas variaciones en porcentajes. CANACINTRA mencionó que la mayor diferencia en la fabricación es la temperatura, siendo para la porcelana de 1,350 grados centígrados a 1,450 grados centígrados, el stoneware de 1,200 grados centígrados a 1,300 grados centígrados, y la loza de 950 grados centígrados a 1,230 grados centígrados, lográndose productos desde media hasta alta resistencia al impacto.

30. Para acreditar sus afirmaciones CANACINTRA proporcionó bibliografía especializada, copia de dos diccionarios de cerámica y de la "Enciclopedia de la Química Industrial". Señaló que las características de las vajillas dependen del país de origen, lo que impide una clasificación estricta, al haber un sinnúmero de variedades, por ejemplo:

- A.** Las vajillas de loza pueden también ser llamadas earthenware (blanca, gris y roja), mayólica o faience, es porosa (3 a 15 por ciento de absorción de agua), de baja a media resistencia al impacto.
- B.** Las vajillas de stoneware pueden ser llamadas gres, porcelana hotel, loza semivítrea, loza institucional, o loza hotelera; de baja porosidad (0.5 al 3 por ciento de absorción de agua) y alta resistencia al impacto.
- C.** Las vajillas de porcelana, porcelana fina o dura, se elaboran a alta temperatura, son duras, muy blancas, de pared delgada, no porosas (nula absorción de agua) y traslúcidas.

31. La CANACINTRA señaló que de los tres tipos de vajillas de cerámica que se describieron en el punto anterior, sólo se fabrican en los Estados Unidos Mexicanos las correspondientes a los primeros dos incisos, esto es, loza y stoneware. Indicó que las vajillas referidas son fabricadas por Santa Anita, El Anfora, Locería Jalisciense y otras pequeñas y micro empresas.

32. La Secretaría desde la resolución de inicio definió el producto investigado como vajillas y piezas sueltas de cerámica originarias de las repúblicas de Ecuador, Colombia e Indonesia clasificadas en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la TIGIE, mientras que el producto nacional similar se definió como las vajillas y piezas sueltas de cerámica.

33. En esta etapa, la Secretaría analizó si las variaciones en las características que describen a las vajillas son esenciales en los productos. A partir de los diccionarios y bibliografía especializada y catálogos de los productos, se observó que tanto el producto importado como el de fabricación nacional corresponde a vajillas y piezas sueltas fabricadas principalmente de material arcilloso y feldespato; las características de peso, dimensiones, capacidad, resistencia, absorción de agua y decorado dependerán de cada productor según las características que requiera.

34. Al respecto, de acuerdo con los datos de la Enciclopedia de la Química Industrial proporcionados por la CANACINTRA, se observó un gran número de tipos de pasta utilizada para la fabricación de vajillas, por ejemplo: la loza mayólica, loza fina, loza semivítrea, porcelana semivítrea, porcelana de hotel, porcelana doméstica, porcelana de huesos y porcelana dura. El uso de una u otra pasta va a conferir diferencias en el porcentaje de absorción de agua, resistencia al choque mecánico y translucidez.

35. Con base en el punto anterior y la literatura especializada proporcionada por las partes y productoras no solicitantes, la Secretaría observó que se puede crear una gran variedad de vajillas de cerámica, las cuales pueden conocerse como vajillas de: loza, earthenware, mayólica, faience, gres, stoneware, porcelana hotel, loza semivítrea, loza institucional, loza hotelera, porcelana, entre otras. Se observó que su peso, capacidad,

diámetro, choque térmico, resistencia al impacto y absorción de agua pueden variar de un productor a otro, sin embargo, no dejan de tener características muy parecidas.

36. Por lo anterior, la Secretaría considera que las vajillas y piezas sueltas de cerámica investigadas que ingresan por la fracción arancelaria 6912.00.01 de la TIGIE, tienen características y composición semejante con respecto a las de producción nacional, independientemente de su denominación de loza o stoneware. Asimismo, de acuerdo con la información proporcionada por CANACINTRA, la Secretaría constató que no existe producción nacional de vajillas y piezas de cerámica denominada porcelana fina o dura, las cuales deben ser clasificadas en la fracción arancelaria 6911.10.01 TIGIE; de acuerdo con las notas explicativas de la TIGIE, éstas se definen como productos completamente vitrificados, duros y casi impermeables, incluso si no están vidriados; son blancos o coloreados artificialmente y sonoros.

Régimen arancelario

37. Conforme a la nomenclatura arancelaria de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, en lo sucesivo TIGIE, el producto investigado originario de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, ingresa por la fracción arancelaria 6912.00.01, cuya descripción se refiere a vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica.

38. Los productos que se clasifican por esta fracción están sujetos a un impuesto *ad valorem* del 30 por ciento a partir del 1 de enero de 1999 para los países con los cuales los Estados Unidos Mexicanos no tiene suscritos acuerdos comerciales, como son los casos de las Repúblicas de Ecuador e Indonesia. Para los países con los cuales los Estados Unidos Mexicanos tiene suscritos tratados de libre comercio, aplican aranceles que oscilan entre el 2 y el 8 por ciento según el país que se trate, y están sujetos a desgravaciones específicas; en el caso de las importaciones originarias de la República de Colombia aplica un arancel de 4.3/2.8. Las importaciones que se clasifican por esta fracción no requieren de permiso previo para su importación y la unidad de medida es en kilogramos.

Inicio de la investigación

39. Una vez cubiertos los requisitos previstos en la LCE y el RLCE, el 21 de enero de 2002 se publicó en el DOF la resolución por la que se aceptó la solicitud y se declaró el inicio de la investigación antidumping sobre las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, originarias y procedentes de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, para lo cual se fijó como periodo de investigación el comprendido de julio de 2000 a junio de 2001.

Convocatoria y notificaciones

40. Mediante la publicación a que se refiere el punto anterior, la Secretaría convocó a los importadores, exportadores y a cualquier persona que considerara tener interés jurídico en el resultado de la investigación, para que comparecieran a manifestar lo que a su derecho conviniese.

41. Con fundamento en los artículos 53 de la LCE y 142 del RLCE, la autoridad instructora procedió a notificar el inicio de la investigación antidumping a las solicitantes, a los gobiernos de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia y a las empresas importadoras y exportadoras de que tuvo conocimiento, corriendo traslado a estas últimas y a los gobierno de los países investigados, de la solicitud y de sus anexos, así como de los formularios oficiales de investigación, con el objeto de que presentaran la información requerida y formularan su defensa.

Comparecientes

42. Derivado de la convocatoria y notificaciones descritas en los puntos 40 y 41 de esta Resolución, comparecieron las empresas solicitantes, importadoras, exportadoras, cuyas razones sociales y domicilios se mencionan a continuación:

Solicitante:

Cerámica Santa Anita, S.A. de C.V., con domicilio en Vicente Suárez número 42, despacho 2, colonia Condesa, código postal 06140, México, D.F.

Importadores:

Vitrocrista, S. de R.L. de C.V., con domicilio en Doblado 1627 norte, colonia Terminal, código postal 64580, Monterrey, N.L.

Locería Mexicana, S.A. de C.V., con domicilio en Paseo de las Palmas No. 405, piso 5, Colonia Lomas de Chapultepec, código postal 11000, México, D.F.

Imcosa, S.A. de C.V., en lo sucesivo Imcosa, con domicilio en avenida Washington 480, colonia Ferrocarril, código postal 44440, Guadalajara, Jalisco.

Exportadores

Locería Colombiana, S.A., en lo sucesivo Locería Colombiana, con domicilio en Paseo de las Palmas número 405, piso 5, colonia Lomas de Chapultepec, código postal 11000, México, D.F.

Cerámica Andina, C.A., en lo sucesivo Cerámica Andina, con domicilio en Paseo de las Palmas número 405, piso 5, colonia Lomas de Chapultepec, código postal 11000, México, D.F.

PT Lucky Indah Keramik, en lo sucesivo PT Lucky, quien no indicó domicilio para recibir notificaciones.

Choice Tableware & Accessories Co. LTD., en lo sucesivo Choice Tableware, quien no indicó domicilio para recibir notificaciones.

Solicitudes de prórroga

43. En atención a las solicitudes formuladas por Choice Tableware, P.T. Lucky e Imcosa, la Secretaría mediante oficios UPCI.310.02.0372/3, UPCI.310.02.0375/3 y UPCI.310.02.0424/3, respectivamente, otorgó prórroga para responder el formulario oficial de investigación hasta el 27 de marzo de 2002. Por su parte, en atención a las solicitudes formuladas por Locería Colombiana, Locería Mexicana, Vitrocrisa y Cerámica Andina, la Secretaría mediante oficios UPCI.310.02.0532/3, UPCI.310.02.0533/3, UPCI.310.02.0534/3, UPCI.310.02.0538/3, respectivamente, otorgó prórroga para responder el formulario oficial de investigación hasta el 8 de abril de 2002.

44. Derivado de las prórrogas mencionadas en el punto anterior, la Secretaría mediante oficios UPCI.310.02.0426/3 y UPCI.310.02.0539/3 otorgó prórroga a Santa Anita para que presentara su réplica a la información presentada por las empresas Choice Tableware, PT Lucky e Imcosa, hasta el 10 de abril de 2002, y por las empresas Locería Colombiana, Locería Mexicana, Vitrocrisa y Cerámica Andina, hasta el 18 de abril de 2002, respectivamente.

45. En atención a la solicitud formulada por Santa Anita, la Secretaría mediante oficio UPCI.310.02.0799/3, concedió prórroga para que presentara su réplica a las empresas Locería Colombiana, Locería Mexicana, Vitrocrisa y Cerámica Andina, hasta el 24 de abril de 2002.

Argumentos y medios de prueba de las comparecientes

Importadores

Vitrocrisa

46. Mediante escrito del 5 de abril de 2002, Vitrocrisa presentó respuesta al formulario oficial y señaló lo siguiente:

- A. No está vinculada con exportadores extranjeros del producto investigado, durante el periodo investigado la empresa no tenía ningún acuerdo por escrito con ningún proveedor extranjero relacionado con los productos objeto de la investigación.
- B. Durante el periodo analizado sólo compró producto importado.
- C. Santa Anita maneja clientes y canales de distribución similares a los manejados por Vitrocrisa, lo que imposibilita a manejar un producto idéntico con los mismos clientes.
- D. El tamaño del mercado en los Estados Unidos Mexicanos en el caso de cerámica es de aproximadamente 120 millones de piezas anuales, y la capacidad de la producción nacional es de la mitad, lo que ofrece una oportunidad de mercado a los importadores.

47. Para acreditar lo anterior, Vitrocrisa presentó lo siguiente:

- A. Estados financieros de la empresa para 1999, 2000 y 2001.
- B. Dictámenes de auditores independientes para 1999 y 2000.
- C. Estado financiero trimestral de 2001.
- D. Lista de códigos de producto de las importaciones realizadas durante el periodo analizado.
- E. Lista de operaciones de importación del producto investigado efectuadas durante el periodo analizado.
- F. Copia de facturas de agencia aduanal y de exportación; pedimentos de importación y hojas de cálculo para la manifestación de valor; listas de empaque; carta de desglose de flete y seguro marítimo; y certificados de origen.
- G. Relación de códigos de producto del proveedor exportador, y los utilizados por la empresa en las ventas del producto investigado a clientes mexicanos.
- H. Importaciones del producto investigado de julio de 2000 a junio de 2001 en valor y volumen, originarias de la empresa Cerámica Andina.

Locería Mexicana

48. Mediante escrito del 8 de abril de 2002, Locería Mexicana presentó respuesta al formulario oficial y señaló lo siguiente:

- A. No adquiere el producto investigado de proveedores nacionales y está vinculada con el exportador Locería Colombiana, quien es propietaria del 98 por ciento de las acciones de la empresa
- B. El producto importado consiste en vajillas y piezas sueltas de vajillas de loza, que es un material poroso, diferente al producto nacional que es de stoneware, que es un material vitrificado.
- C. El producto importado tiene excelentes especificaciones técnicas, es más liviano que el producto nacional, tiene variedad de diseños, formas y decoraciones, excelente presentación en el punto de venta; los materiales y el proceso utilizados para la fabricación de los productos importados los hacen más económicos y variados en su decoración, tiene un porcentaje de absorción de agua de 9 a 15 por ciento, mientras que el stoneware tiene un porcentaje menor a 2 por ciento.
- D. Durante el periodo analizado sólo compró producto importado de Locería Colombiana, ya que fue constituida con el único fin de importar y comercializar exclusivamente los productos de dicha exportadora y no importa ni comercializa ningún otro tipo de artículos de ningún otro país ni tiene otro proveedor.
- E. Los principales consumidores de vajillas y piezas sueltas de vajillas son los Estados Unidos de América, las repúblicas Federal de Alemania, Francesa, Italiana y Popular de China, así como el Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte y Japón.
- F. Los principales exportadores son República Popular de China y el sudeste asiático, Norte de Europa, Sur de Europa, Estados Unidos de América y Sudamérica.
- G. Todas las ventas del producto importado se realizaron en condiciones leales de comercio; la mayor presencia del producto importado se deriva de sus características de menores costos, menor peso, resistencia, capacidad de absorción de agua y mejor capacidad para los acabados y coloridos, lo que implica mayor competitividad que no tiene que ver con una supuesta discriminación de precios, pero que sí favorecen el consumo del producto importado y explican la creciente preferencia en los segmentos no institucionales del mercado.
- H. La interfase entre los ciclos económicos y la vajillería se expresa en la manera como el consumidor desliza sus preferencias en los distintos materiales y precios según se encuentre la situación económica.
- I. Las importaciones de vajillas están sujetas a permisos de importación para el control de plomo y cadmio en los esmaltes y las decoraciones que recubren las piezas de cerámica.

49. Para acreditar lo anterior, Locería Mexicana presentó lo siguiente:

- A. Estados Financieros dictaminados por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2000, con cifras comparativas al 31 de diciembre de 1999.
- B. Códigos de producto de Locería Mexicana.
- C. Diversos pedimentos de importación y facturas relativas a las exportaciones del producto investigado por Locería Colombiana, durante el periodo de investigación.

Exportadores

República de Colombia

Locería Colombiana

50. Mediante escrito del 8 de abril de 2002, Locería Colombiana presentó respuesta al formulario oficial y señaló lo siguiente:

- A. Las pruebas presentadas por la solicitante para acreditar la existencia de discriminación de precios corresponden a la información confidencial de Locería Colombiana, por lo que la Secretaría no debió admitirlas ni conferirles valor probatorio.
- B. La Secretaría debió desestimar la información presentada por la solicitante consistente en el documento relacionado con las tasas de interés Active Interest Rate y negarle valor probatorio al estudio de mercado mediante el cual se pretendió probar el valor normal del producto objeto de investigación de la República de Indonesia, toda vez que no fueron presentadas sus respectivas traducciones.
- C. La autoridad debió desechar el supuesto estudio de mercado presentado por la solicitante para acreditar el valor normal del producto investigado en la República de Ecuador, toda vez que no presentó dentro de la oportunidad procesal una versión pública de dicho estudio.
- D. La autoridad no debió suplir a la solicitante ante la ausencia de una propuesta confiable para calcular la producción nacional y las ventas nacionales. La solicitante no presentó pruebas sobre las características de los productos importados de las repúblicas de Ecuador y Colombia, por lo que

la autoridad debió haber declarado el abandono de la solicitud. La mezcla de productos de la solicitante no constituye un elemento de daño a la industria nacional.

- E.** La solicitante no proporcionó referencias de precios de venta al por mayor en el mercado interno colombiano, sólo presentó una lista de precios al público al cual aplicó un descuento para determinar los precios mayoristas sin ningún criterio técnico y no la que se utiliza para las ventas a los clientes que constituyen los canales tradicionales de distribución y que comprende datos que no corresponden a la totalidad del periodo investigado, además que no acreditó la representatividad de las ventas en el mercado doméstico; es equivocado el criterio para determinar los ajustes al valor normal, ya que la solicitante solamente consideró gastos de crédito así como diferencias en cargas impositivas por concepto de IVA, desconociendo otras cargas impositivas, fletes, seguros, publicidad, comisiones de ventas y demás gastos comerciales.
- F.** La muestra que utilizó la solicitante para determinar el precio de exportación de Locería Colombiana no es representativa ya que abarca una mínima porción de los códigos de los productos que vende ordinariamente, toda vez que Locería Colombiana realiza sus exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos a través de Locería Mexicana; el análisis para valor normal se efectuó tomando en cuenta las ventas del producto investigado en el mercado interno de la República de Colombia durante el periodo investigado y el precio de exportación reconstruido a partir de las ventas de Locería Mexicana al primer cliente no relacionado en territorio nacional.
- G.** Una vez calculado el precio de exportación por el método adecuado, se determina que las exportaciones procedentes de Locería Colombiana no se realizan en condiciones de discriminación de precios.
- H.** La autoridad aceptó una deficiente identificación del producto investigado por parte de la solicitante, la cual ha creado las condiciones para ubicar dentro de los alcances de la investigación a productos diferentes; debe entenderse que cerámica es el género y que la loza, loza porosa, loza vitrificada, stoneware, terracota y porcelana, entre otras, constituyen la especie, esta diferencia no fue expuesta por la solicitante de manera deliberada, con el ánimo de ocultar y confundir a la autoridad respecto de las diferencias existentes entre el stoneware o loza vitrificada que es el producto fabricado por la solicitante y la loza o loza porosa, no vitrificada o semivitrificada que es fabricada por Locería Colombiana, ambos productos son diferentes, es decir no similares; las diferencias en el proceso productivo determinan diferencias en las características del producto final que no los hacen ser comercialmente intercambiables; los productos difieren en la composición del insumo arcilloso que les da origen, tienen diferentes contenidos de feldesato y en el caso de la solicitante, se utiliza un insumo llamado "wollastonita", materia prima ausente en el producto importado; los productos requieren diferentes procesos de horneado, difieren en su proceso de estampado decorado, finalización y acabado, a la vez que existen también diferencias en el proceso productivo de los pocillos.
- I.** El producto fabricado por Locería Colombiana tiene un porcentaje de absorción en agua de 2 a 15 por ciento, mientras que el producto de la solicitante tiene un porcentaje de 0 a 2 por ciento de absorción en agua, al tener un mayor grado de porosidad los productos no vitrificados y semivitrificados alcanzan mayor variabilidad y colorido en su apariencia final, es susceptible de pintarse y someterse a una nueva cocción, por lo que absorbe la tinta o el estampado con más facilidad, en contraste la solicitante utiliza calcomanías para el decorado de las vajillas; las vajillas stoneware de la solicitante se usan más para hoteles, restaurantes y cafeterías, mientras que el producto de Locería Colombiana resulta más aplicable en los hogares.
- J.** Existen productos cerámicos no considerados en la investigación, que por sus características físicas y proceso productivo guardan la misma o mayor semejanza con el producto de fabricación nacional, así como con el importado; la solicitante ha delimitado la solicitud en forma arbitraria y contradictoria con las investigaciones de vajillas realizadas por la Secretaría ya que, siguiendo el criterio de que la loza y el stoneware son productos similares, esa misma lógica debería aplicarse para otro tipo de vajilla de cerámica no incluida en la investigación e inclusive de vajillas reconocidas como sustitutos; considerando de esta manera el mercado, es evidente que la solicitante no representa la parte principal de la producción nacional.
- K.** La autoridad debe concluir que la presencia del producto importado se explica a partir de una mayor competitividad y no de una inexistente práctica de discriminación de precios; los ciclos económicos que vive la economía mundial han llevado a un deterioro de precios del producto investigado;

los precios en el mercado doméstico resultan altos debido a las recurrentes solicitudes de investigación antidumping promovidas por la solicitante.

- L. Durante el periodo de investigación se presentó un ajuste a la baja en los ingresos de los consumidores, lo que afectó negativamente el consumo de vajillas dada la alta sensibilidad de estos productos ante los cambios en el ingreso, y el tipo de cambio real cuyo índice a la baja refleja una apreciación real del peso, por lo que las importaciones de vajillas resultaron más baratas.
 - M. La solicitante experimenta el efecto adverso de los cambios en las preferencias de los consumidores, toda vez que demandan un producto que se aleja del estándar del producto que ésta fabrica.
 - N. Los documentos mediante los cuales la solicitante pretendió calcular su participación en la producción nacional del producto investigado no están dirigidos a la Secretaría de Economía, y los firman personas cuya existencia y capacidad legal se desconoce, además de que no menciona el procedimiento para calcular el porcentaje de participación, por lo que no debió dárseles valor probatorio.
 - O. Las cifras y la metodología utilizadas por la autoridad para calcular la participación de la solicitante en la producción nacional no son técnicamente razonables y no son confiables para la investigación. Considerando que la solicitante represente el 66 por ciento de la producción nacional y por algún motivo no tiene acceso de manera justificada a la información relevante para obtener el total de la producción nacional, la autoridad debió requerírsela al resto de los productores nacionales.
 - P. No se probó de manera exacta ni pertinente la legal procedencia de la acumulación de importaciones de las repúblicas de Indonesia, Colombia y Ecuador, hecha por la autoridad.
 - Q. La solicitante no demostró que las importaciones que realizó de la República Federativa de Brasil no fueron la causa del daño que alega; no existe el daño alegado por la solicitante ya que los ajustes en precios y ventas que experimentó, no provienen de la actividad exportadora de Locería Colombiana, ni afectaron su buen desempeño financiero por lo que de conformidad con el artículo 5.8 del Acuerdo Antidumping se debe dar por terminada la investigación.
51. Para acreditar lo anterior, Locería Colombiana presentó lo siguiente:
- A. Diagrama consistente en el cálculo del precio de exportación reconstruido.
 - B. Catálogo de productos de Locería Colombiana.
 - C. Ventas totales y al mercado interno de Locería Colombiana durante el periodo investigado.
 - D. Monto de los ajustes al precio de exportación y al valor normal, durante el periodo investigado.
 - E. Cifras sobre la capacidad instalada de Locería Colombiana, durante el periodo investigado.
 - F. Indicadores de la industria del país exportador y de la empresa, del segundo semestre de 1998 al primer semestre de 2001.
 - G. Estados financieros de la empresa de 2000 y 2001.
 - H. Composición de códigos de producto de Locería Mexicana y Locería Colombiana.
 - I. Estudio de mercado de Locería Colombiana sobre indicadores económicos de las principales empresas productoras de vajillas a nivel mundial por tipo de producto, de julio de 2000.
 - J. Cuadro de cotización del dólar estadounidense, de 1983 a 2001, obtenido del sitio de internet del Banco de la República de Colombia.
 - K. Tasa de interés de los Certificados de Depósito a Término a 90 días en la República de Colombia, para el periodo 1998 a 2001.
 - L. Cifras sobre el precio de exportación, valor normal y márgenes de dumping.
 - M. Copias de un diccionario de cerámica, diferencias entre loza y stoneware conforme a Locería Colombiana, con base en el Diccionario de Cerámica y Cerámica Manual para el Alfarero.
 - N. Diagrama de proceso productivo de Locería Colombiana.
 - O. Copia de la publicación Whitewavers: production, testing and quality control, del Instituto de Cerámicas, de Pergamon Press.
 - P. Importaciones en donde se menciona a Cerámica Santa Anita, S.A. de C.V.

República de Ecuador

Cerámica Andina.

52. Mediante escrito del 8 de abril de 2002, Cerámica Andina presentó respuesta al formulario oficial y señaló lo siguiente:

- A. Las pruebas presentadas por la solicitante para acreditar la existencia de discriminación de precios corresponde a información confidencial de Cerámica Andina, por lo que la Secretaría no debió admitirlas ni conferirles valor probatorio.
- B. La Secretaría debió desestimar la información presentada por la solicitante consistente en el documento relacionado con las tasas de interés Active Interest Rate y negarle valor probatorio al estudio de mercado mediante el cual se pretendió probar el valor normal del producto objeto de investigación de la República de Indonesia, toda vez que no fueron presentadas sus respectivas traducciones.
- C. La autoridad debió desechar el supuesto estudio de mercado presentado por la solicitante para acreditar el valor normal del producto investigado en la República de Ecuador, toda vez que no presentó dentro de la oportunidad procesal una versión pública de dicho estudio.
- D. La autoridad no debió suplir a la solicitante ante la ausencia de una propuesta confiable para calcular la producción nacional y las ventas nacionales. La solicitante no presentó pruebas sobre las características de los productos importados de las repúblicas de Ecuador y Colombia, por lo que la autoridad debió haber declarado el abandono de la solicitud. La mezcla de productos de la solicitante no constituye un elemento de daño a la industria nacional.
- E. La solicitante determinó el valor normal en el mercado interno con base en un estudio de mercado que comprende datos que no corresponden al periodo investigado, además de que no acreditó la representatividad en el mercado ecuatoriano; la muestra utilizada por la solicitante para determinar el precio de exportación de Cerámica Andina no es representativa ya que no indica la mayor parte de las transacciones realizadas en el periodo investigado, ni utiliza una metodología confiable.
- F. Cerámica Andina realizó el análisis de discriminación de precios considerando las ventas del producto investigado en el mercado interno de la República de Ecuador durante el periodo investigado para valor normal, así como el precio de exportación de Cerámica Andina a clientes no relacionados en los Estados Unidos Mexicanos.
- G. La autoridad aceptó una deficiente identificación del producto investigado dada por la solicitante, la cual ha creado las condiciones para ubicar dentro de los alcances de la investigación a productos diferentes; debe entenderse que cerámica es el género y que la loza, loza porosa, loza vitrificada, stoneware, terracota, porcelana, entre otras, constituyen la especie, esta diferencia no fue expuesta por la solicitante de manera deliberada, con el ánimo de ocultar y confundir a la autoridad respecto de las diferencias existentes entre el stoneware o loza vitrificada que es el producto fabricado por la solicitante y la loza o loza porosa, no vitrificada o semivitrificada que es fabricada por Cerámica Andina, ambos productos son diferentes, es decir no similares; las diferencias en el proceso productivo determinan diferencias en las características del producto final, que no los hacen ser comercialmente intercambiables.
- H. Los productos difieren en la composición del insumo arcilloso que les da origen, tienen diferentes contenidos de feldespato y en el caso de la solicitante se utiliza un insumo llamado "wollastonita", materia prima ausente en el producto importado; los productos requieren diferentes procesos de horneado, difieren en su proceso de estampado, decorado, finalización y acabado, a la vez que existen también diferencias en el proceso productivo de los pocillos; el producto fabricado por Cerámica Andina, tiene un porcentaje de absorción en agua de 2 a 15 por ciento, mientras que el producto de la solicitante tiene un porcentaje de 0 a 2 por ciento de absorción en agua, al tener un mayor grado de porosidad los productos no vitrificados y semivitrificados alcanzan mayor variabilidad y colorido en su apariencia final, es susceptible de pintarse y someterse a una nueva cocción, por lo que absorbe la tinta o el estampado con más facilidad, en contraste la solicitante utiliza calcomanías para el decorado de las vajillas. Las vajillas stoneware de la solicitante se usan más para hoteles, restaurantes y cafeterías, mientras que el producto de Cerámica Andina resulta más aplicable en los hogares.
- I. Cerámica Andina utiliza la técnica de "Pad Printing", que se aplica mediante una máquina de transferencia total de color termoplástico y cuenta con una estación serigráfica, un sistema hidráulico, un calentador y un panel de control principal, esta técnica no puede utilizarse en el producto nacional dados los tiempos de cocción al que se somete el producto.

- J.** Existen productos cerámicos no considerados en la investigación, que por sus características físicas y proceso productivo guardan la misma o mayor semejanza con el producto de fabricación nacional, así como con el importado. La solicitante ha delimitado la solicitud en forma arbitraria y contradictoria con las investigaciones de vajillas realizadas por la Secretaría, ya que siguiendo el criterio de que la loza y el stoneware son productos similares, esa misma lógica debería aplicarse para otro tipo de vajilla de cerámica no incluida en la investigación e inclusive de vajillas reconocidas como sustitutos, considerando de esta manera el mercado, es evidente que la solicitante no representa la parte principal de la producción nacional.
 - K.** La autoridad debe concluir que la presencia del producto importado se explica a partir de una mayor competitividad y no de una inexistente práctica de discriminación de precios. Los ciclos económicos que vive la economía mundial, han llevado a un deterioro de precios del producto investigado; los precios en el mercado doméstico resultan altos debido a las recurrentes solicitudes de investigación antidumping promovidas por la solicitante.
 - L.** Durante el periodo de investigación se presentó un ajuste a la baja en los ingresos de los consumidores, lo que afectó negativamente el consumo de vajillas dada la alta sensibilidad de estos productos ante los cambios en el ingreso, y el tipo de cambio real cuyo índice a la baja refleja una apreciación real del peso, por lo que las importaciones de vajillas resultaron más baratas.
 - M.** La solicitante experimenta el efecto adverso de los cambios en las preferencias de los consumidores, toda vez que demandan un producto que se aleja del estándar del producto que fabrica.
 - N.** Los documentos mediante los cuales la solicitante pretendió calcular su participación en la producción nacional del producto investigado no están dirigidos a la Secretaría de Economía y los firman personas cuya existencia y capacidad legal se desconoce, además de que no menciona el procedimiento para calcular el porcentaje de participación, por lo que no debió dárseles valor probatorio.
 - O.** Las cifras y la metodología utilizadas por la autoridad para calcular la participación de la solicitante en la producción nacional no son técnicamente razonables y no son confiables para la investigación; considerando que la solicitante represente el 66 por ciento de la producción nacional y por algún motivo no tiene acceso de manera justificada a la información relevante para obtener el total de la producción nacional, la autoridad debió requerírsela al resto de los productores nacionales.
 - P.** No se probó de manera exacta ni pertinente la legal procedencia de la acumulación de importaciones de las repúblicas de Indonesia, Colombia y Ecuador, hecha por la autoridad.
 - Q.** La solicitante no demostró que las importaciones que realizó de la República Federativa de Brasil no fueron la causa del daño que alega; no existe el daño alegado por la solicitante, ya que los ajustes en precios y ventas que experimentó, no provienen de la actividad exportadora de Cerámica Andina, ni afectaron su buen desempeño financiero por lo que de conformidad con el artículo 5.8 del Acuerdo Antidumping se debe dar por terminada la investigación en la etapa preliminar, sin la imposición de cuotas compensatorias.
- 53.** Para acreditar lo anterior, Cerámica Andina presentó lo siguiente:
- A.** Ventas de exportación del producto investigado a los Estados Unidos Mexicanos durante el periodo de investigación.
 - B.** Explicación de códigos de producto utilizados por la empresa.
 - C.** Copia de la publicación de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador, en el Registro Oficial del Gobierno del Ecuador, el 13 de marzo de 2000.
 - D.** Código de composición utilizado por Cerámica Andina para definir el factor de conversión de cajas a kilogramos.
 - E.** Asignación de diversos ajustes durante el periodo investigado; cálculo de ajustes por gastos para promoción y seguimiento de ventas en distintos mercados.
 - F.** Metodología para el cálculo de ajuste por crédito.
 - G.** Diccionario de cerámica, sin mencionar su fuente bibliográfica.
 - H.** Norma Ecuatoriana Obligatoria relativa a productos cerámicos.
 - I.** Diagrama del proceso productivo de Cerámica Andina.
 - J.** Copia de la publicación Whitewavers: production, testing and quality control, del Instituto de Cerámicas de Pergamon Press.

- K. Diagrama de las ventas totales del producto investigado de Cerámica Andina, durante el periodo investigado.
- L. Capacidad instalada de Cerámica Andina para la elaboración del producto investigado.
- M. Indicadores económicos de Cerámica Andina relativos al producto investigado durante el periodo analizado.
- N. Estados financieros auditados de Cerámica Andina para 1999 y 2000.

República de Indonesia

PT Lucky

54. Mediante escritos de fechas 25 de marzo, 1, 16 y 26 de abril y 17 de julio de 2002, PT Lucky presentó diversa información sin su traducción correspondiente.

Gobiernos

55. Mediante escrito presentado el 3 de abril de 2002 compareció la Embajada de la República de Indonesia en los Estados Unidos Mexicanos, para presentar copia del escrito de la empresa PT Lucky.

Réplica de la solicitante

56. En ejercicio del derecho de réplica contenido en el artículo 164 párrafo segundo del RLCE, Santa Anita mediante escrito del 24 de abril de 2002 presentó sus contraargumentaciones respecto de la información, argumentos y pruebas vertidas por las empresas importadoras y exportadoras comparecientes, en los siguientes términos:

- A. La información presentada por Santa Anita se obtuvo legalmente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ya que de conformidad con el artículo 144 fracción XXVI de la Ley Aduanera se faculta a dicha Secretaría para dar a conocer la información contenida en los pedimentos de importación, lo que refleja el desconocimiento de los convenios de colaboración por parte de los exportadores.
- B. La solicitud de inicio no fue oscura ni irregular, simplemente no fue lo suficientemente precisa y se ofreció la información de que se disponía, la autoridad la valoró y ejerció su facultad indagatoria para declarar el inicio de la investigación.
- C. Cualquier argumento tendiente a desacreditar el estudio de mercado de la República de Indonesia presentado por la empresa es inoperante ya que se encuentra jurídicamente consentido por los exportadores e importadores del producto investigado originario de dicho país, debido a la ausencia de su colaboración en la presente investigación, por su parte los exportadores comparecientes no logran explicar el agravio que sostienen por la supuesta violación.
- D. No se afectó la determinación de valor normal por parte de la autoridad ni la oportuna defensa del exportador por la presentación tardía de la versión pública del estudio de mercado presentado por Santa Anita, ya que el exportador ecuatoriano recibió oportunamente la versión pública, al mismo tiempo de que su representante legal ya ha sido autorizado para tener acceso a la información confidencial. Dicho estudio identifica perfectamente la firma consultora que lo elaboró, así como la metodología y la fuente de donde se obtuvieron los precios reportados.
- E. Santa Anita niega rotundamente que haya tenido una actitud desenfadada y apática para no cumplir con lo dispuesto en la ley ni con la prevención hecha por la autoridad.
- F. Santa Anita no proporcionó un estudio de mercado sino un estudio de precios para acreditar el valor normal de la República de Ecuador, por lo que dicho estudio no tenía por qué cumplir con las características de un estudio de mercado.
- G. Pretender que el valor normal se demuestre mediante operaciones realizadas por el exportador en su mercado interno durante todo el periodo investigado, es absurdo e imposible.
- H. Santa Anita mediante una metodología razonable llevó los precios reportados en el estudio correspondientes a julio de 2001, a las fechas del precio de exportación disponible.
- I. Al proporcionar Cerámica Andina su información de ventas internas, ratificó que Santa Anita presentó información pertinente.
- J. Es falso el argumento del exportador ecuatoriano de que Santa Anita pretende acreditar con información parcial y sesgada de los meses de febrero y marzo de 2001, la representatividad de la muestra de productos exportados durante el periodo investigado, ya que se proporcionó información referente a enero, febrero y marzo de 2001 y es representativa ya que en ese periodo se importó el 52 por ciento del volumen total importado en los 12 meses del periodo investigado.

- K.** Santa Anita no ofreció un método estadístico que permitiera a la autoridad cerciorarse de la proporción exacta que representan los productos seleccionados en el total de los contenidos en las facturas proporcionadas debido a que no era necesario, toda vez que la totalidad de los productos incluidos en las facturas fueron considerados para la determinación del precio de exportación.
- L.** La metodología utilizada por el exportador ecuatoriano mediante la cual prorratea los ajustes por flete interno y marítimo al valor normal y precio de exportación, debe desacreditarse y efectuarse con base al flete real pagado en cada transacción; en cuanto al ajuste al valor normal por gastos para promoción y seguimiento de ventas, no procede ya que no se considera un gasto incidental a las ventas y no forma parte del precio.
- M.** La comparación entre el precio de exportación y valor normal para determinar el margen de discriminación de precios debe efectuarse en el mismo nivel comercial y se debe tener cuidado en cuanto a la calidad de los productos a comparar; para el caso de las importaciones originarias de la República de Colombia para determinar los ajustes al valor normal, Santa Anita sólo consideró gastos por crédito y diferencias en cargas impositivas por concepto de IVA, desconociendo otros ajustes; la muestra de facturas para determinar el precio de exportación de los productos colombianos, es representativa toda vez que se incluían 22 facturas de importación correspondientes a 7 meses del periodo investigado y amparaban 80 tipos de productos de lo exportados por Locería Colombiana.
- N.** Se deben desestimar los ajustes al precio de exportación y valor normal reconstruidos de Locería Colombiana, hasta en tanto no se acredite la imposibilidad de calcular cada ajuste con base a los gastos reales incurridos en cada transacción.
- O.** La autoridad debe cerciorarse de que la comparación del precio de exportación y el valor normal en términos de dólares de los Estados Unidos de América por kilogramo, no arroje errores o discrepancias en la determinación del margen de discriminación de precios respecto de una comparación en términos de la unidad en que se realizó la venta.
- P.** El hecho de que el tipo de cerámica del producto de Santa Anita y el de los exportadores tengan algunas diferencias físicas no convierte ambos productos en bienes diferentes; Santa Anita proveyó las pruebas que estuvieron a su alcance, pero fue imposible tener pruebas sobre las características particulares de los procesos productivos de los exportadores ya que se trata de información reservada.
- Q.** No es cierto el argumento de los exportadores en cuanto a que los productos de Santa Anita tengan como principal destino el sector institucional, ya que las ventas a dicho sector representan una mínima parte de sus ventas totales.
- R.** Tanto el producto nacional como el importado tienen características, composición y procesos de fabricación semejantes, además de que cumplen las mismas funciones y están destinados a la misma clase de usuarios finales, por lo que son bienes similares y comercialmente intercambiables. Santa Anita nunca ha desconocido que las vajillas de porcelana son productos cerámicos y que por sus características son similares a las vajillas de cerámica, por lo que son intercambiables, la razón por la que no se incluyen en esta investigación obedece a que la industria mexicana no produce vajillas de porcelana ni tampoco se han exportado de las Repúblicas de Indonesia, Ecuador y Colombia vajillas de porcelana en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional.
- S.** Santa Anita rechaza el criterio de los exportadores y de Locería Mexicana sobre la supuesta similitud entre las distintas clases de vajillas, independientemente que sean de cerámica, vidrio, plástico o metal y el argumento mediante el cual pretenden demostrar que el daño a la producción nacional de vajillas o piezas sueltas de cerámica obedece a la competencia que enfrenta con productos sucedáneos.
- T.** No existe fundamento jurídico para soportar el argumento de que la carta que certifica la participación en la producción nacional de una empresa deba estar dirigida a la Secretaría de Economía, además, el organismo que hizo la certificación de la participación de Santa Anita en la producción nacional no es una autoridad, por lo que no puede aducirse que se actuó en gestión de negocios.
- U.** El querer desestimar la conclusión de la autoridad investigadora sobre la existencia de daño a la industria nacional por las importaciones investigadas, bajo el argumento de que la cifra de producción nacional total estimada por la autoridad no es confiable, resulta fuera de toda lógica ya que Santa Anita constituye la parte principal de la producción nacional total de la mercancía de que se trata.
- V.** La conversión de kilos a piezas de las importaciones no afectó la determinación de la autoridad respecto al comportamiento de las importaciones y el efecto de éstas en la producción nacional.

- W. Con la información proporcionada por Santa Anita se acreditó que los márgenes de discriminación de precios de los países son superiores al de mínimos.
- X. Las importaciones realizadas por Santa Anita procedentes de los Estados Unidos de América y de la República Federativa de Brasil, representaron el 1.34 por ciento del total importado en ese periodo, así como menos del 5 por ciento del total importado de la República Federativa de Brasil y fue para pruebas de mercado y no se tiene información que haga suponer que las importaciones de dicho país se realicen en condiciones de discriminación de precios.
- Y. El incremento de las importaciones investigadas no fue el único elemento considerado por la autoridad para determinar el daño a la industria nacional, por lo que no es válido el argumento de los exportadores en el sentido de que no es razón para concluir que éstas sean la causa del daño, además de que las importaciones originarias de la República Popular China están sujetas al pago de cuotas compensatorias, lo que elimina el efecto de la discriminación de precios.

Requerimientos de información

57. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1114/2 con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Santa Anita, el 10 de junio de 2002 manifestó lo siguiente:

- A. Santa Anita no está de acuerdo con la clasificación de cerámica proporcionada por los exportadores comparecientes, ya que clasificar la cerámica en vitrificada o semivitrificada no tiene ningún sustento técnico; el término cerámica abarca 3 productos, que son porcelana, stoneware y earthenware.
- B. La diferencia entre dichos productos estriba en la materia prima utilizada, la tecnología empleada para su elaboración y las características del mercado al que se quiere llegar; la porcelana es una pieza blanca, traslúcida/transparente que tiene una absorción de agua menor al 2 por ciento; el stoneware es una pieza de color blanco o crema que no es traslúcida/transparente y tiene una absorción de agua entre 1 y 4 por ciento; el earthenware es una pieza blanca, crema o de cualquier color, que no es traslúcida/transparente y tiene una absorción de agua mayor al 1 por ciento.
- C. En ninguna definición de cerámica se encuentra una clasificación con base a la vitrificación, ya que se llama así al proceso por el cual se forma la cerámica, por lo que porcelana, stoneware y earthenware son productos vitrificados; decir que una cerámica es semivitrificada, sería como decir que es una semicerámica, ya que no se realizó el proceso completo de vitrificación. Los exportadores pretenden crear una clasificación de cerámica que no existe técnica ni comercialmente a nivel internacional.
- D. Para el consumidor no existen diferencias entre el stoneware y el earthenware, ya que sólo el 50 por ciento de la gente puede distinguir entre cerámica y porcelana.
- E. Existen porcelanas de baja calidad que en precio son inferiores a una vajilla de stoneware, así como existen vajillas de earthenware más caras que una de porcelana, por lo que las diferencias técnicas entre estos dos tipos de cerámica no desvirtúa que ambos productos sean similares.
- F. La participación de Santa Anita en la producción nacional fue la misma en el periodo investigado y en los dos periodos similares anteriores.
- G. En los Estados Unidos Mexicanos no existe producción de porcelana.
- H. La calidad de las vajillas y piezas sueltas producidas por Santa Anita se mide con base en la clasificación y definición de defectos establecidos en el manual de aseguramiento de calidad de la empresa, y no en las características técnicas del producto.
- I. La presencia de productos sustitutos no ha tenido efecto alguno en el mercado mexicano de vajillas y piezas sueltas de cerámica, ni tienen relación ni son la causa del daño alegado por Santa Anita.
- J. La competencia real y desleal en el mercado nacional de vajillas de cerámica se encuentra en las importaciones de vajillas de cerámica cada vez más baratas, que hacen difícil la supervivencia de empresas nacionales.
- K. Se estima que en un lapso no mayor de dos años, los productos importados terminarán por desplazar totalmente a la industria nacional.
- L. Las vajillas de barro han penetrado desde el año pasado en el mercado de los autoservicios de manera discreta, hasta lograr colocar una línea básica de productos, pero su participación aún es muy limitada.

58. Para acreditar lo anterior, Santa Anita presentó lo siguiente:

- A. Extracto del documento International Porcelain obtenida de internet http://www.boltonmedia.com/internationalporcelain/ip_definitions.html con su traducción.
- B. Evaluación y elasticidad de precios a las vajillas de porcelana y cerámica, realizada por Brain Investigation, S.A. de C.V., para Santa Anita.

- C. Manual de aseguramiento de la calidad de Santa Anita.
- D. Ventas internas netas libre a bordo (LAB) planta para el periodo julio de 2000 a junio de 2001 y julio de 1999 a junio de 2000.
- E. Lista de tipo de consumidor a los que atiende cada uno de sus clientes.
- F. Investigación de mercado de vajillas de Reliable Source, S.C.
- G. Capacidad instalada, producción y capacidad utilizada de Santa Anita, de julio de 2000 a junio de 2001 y de julio de 1998 a junio de 1999 y julio de 1999 a junio de 2000.
- H. Estados financieros básicos auditados de 2000 y 2001 y notas explicativas.

Vitrocrista

59. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1115/2 con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Vitrocrista, el 10 de junio de 2002, manifestó que no realizó importación alguna del producto investigado de julio de 1998 a junio de 2000 y que la totalidad de las ventas realizadas por la empresa van dirigidas al mercado de hogar.

60. Para acreditar lo anterior, Vitrocrista presentó lo siguiente:

- A. Copia de dos facturas de exportación.
- B. Carta de la empresa Autoexpress Mercurio, S.A. de C.V., de fecha 7 de junio de 2002, en la cual manifiesta que ha prestado su servicios de transporte de contenedores con mercancía de importación a Vitrocrista, de Altamira, Tamaulipas a Monterrey, Nuevo León, así como copias de sus facturas.
- C. Valor y volumen de importaciones efectuadas durante 2001.
- D. Ventas netas libre a bordo (LAB) puestas en bodega de Vitrocrista, de julio de 2000 a junio de 2001 de cerámica, por negocio, canal y artículo en unidades y valores.

61. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1118/2 con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Locería Mexicana, el 10 de junio de 2002, manifestó lo siguiente:

- A. Debido a que la información requerida de los puntos 1 a 42 del requerimiento formulado por la Secretaría es idéntico a lo requerido a Locería Colombiana, a la cual está vinculada Locería Mexicana, remite su respuesta a la información presentada por Locería Colombiana.
- B. Las características imputadas por el solicitante a los productos importados por Locería Mexicana son totalmente diferentes a las reales; los productos de loza por ser más porosos que otros productos cerámicos no se someten a las pruebas de choque térmico y resistencia al impacto; en loza se utiliza la prueba de resistencia al craquelado del esmalte, que consiste en determinar si el esmalte resiste la tensión producida por la expansión por humedad.
- C. Los criterios para determinar la calidad de un producto de loza consisten en que la superficie debe ser lisa, el esmaltado debe tener un alto grado de reflexión de luz, la decoración no debe tener defectos ni burbujas en la calcomanía, la pieza no debe tener deformaciones.
- D. El efecto que ha tenido en el mercado mexicano de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica la presencia de productos sustitutos de vidrio, melamina, plástico, barro y metal es información que deberá ser proporcionada por la solicitante, pero de considerarse que dichos productos son similares a los productos investigados, evidentemente la solicitante no representa la parte principal de la producción nacional, de conformidad con los artículos 40 y 50 de la LCE, 60, 61 y 62 del RLCE.
- E. En las importaciones totales de vajillas de vidrio se presentó una tendencia de reducción de precio e incremento de volumen a partir de 2000; para el caso de importaciones de plástico aumentaron los precios y se presentaron incrementos en los volúmenes importados durante 2000 y 2001, respecto de los años anteriores.
- F. Mientras que las ventas nacionales de vajillas de loza perdieron participación en el mercado de 1999 a 2001, las ventas nacionales de productos sustitutos como las vajillas de vidrio y de plástico fueron ganando participación en el mercado.
- G. La participación del producto nacional y el importado, incluyendo las vajillas de loza, vidrio y plástico en el mercado nacional, ha permanecido constante en los últimos tres años; los productos sustitutos de las vajillas de loza han tenido una participación importante en el mercado de vajillas, resultando una reducción en la competitividad de las vajillas de loza frente a dichos productos.
- H. Comercializadora México-Americana, S.A. de C.V., manifestó en el procedimiento de la 2a. revisión a la resolución definitiva por la que se impuso cuota compensatoria a las importaciones de vajillas o piezas sueltas de cerámica, originarias de la República Popular China, que la producción de vajillas de cerámica de Santa Anita es limitada y es la única empresa que abastece el mercado nacional,

además de que las compras a dicho productor nacional se encuentran condicionadas a compras mínimas de 10 mil piezas, su presentación de vajilla es sólo de 20 piezas y tiene poca variedad de dibujos o alusivos en sus piezas, ofrece solamente productos de cerámica, sólo fabrica vajillas de sello, sólo puede combinar cinco colores y surte tres modelos de vajillas; en el mismo procedimiento, Distribuidora Liverpool, S.A., manifestó que Santa Anita no tiene variedad de modelaje ni productos, exige cantidades muy altas para realizar producciones especiales y los tiempos de entrega de la mercancía siempre son retrasados.

I. Los consumidores que atiende Locería Mexicana, pertenecen al sector doméstico, sus ventas son a través de distribuidores o tiendas de autoservicio.

62. Para acreditar lo anterior, Locería Mexicana presentó lo siguiente:

A. Copia del documento Tableware International File 1999-2003. DGM World Media.

B. Copia de diversas facturas y pedimentos de importación de Locería Mexicana, S.A. de C.V.

63. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1112/2 con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Locería Colombiana, el 10 y 14 de junio de 2002, manifestó lo siguiente:

A. En la respuesta al formulario de investigación, para las ventas del producto investigado exportado a los Estados Unidos Mexicanos, se estableció un periodo de ventas diferente según el promedio de rotación de los inventarios y que fuera comparable con el periodo investigado, por lo que las cifras de importación del anexo 2B no resultan iguales a las que aparecen en el Diagrama 1.

B. La metodología utilizada para el cálculo de rotación de inventarios se sustenta en los principios de contabilidad generalmente aceptados para establecer el tiempo que tarda en promedio una mercancía en entrar al almacén de Locería Mexicana, hasta llegar a las manos del cliente final no relacionado, además del tiempo de rotación de inventarios se consideró el tiempo transcurrido entre la fecha de facturación por parte del exportador en la República de Colombia hasta el momento de comenzar a venderse la mercancía en los Estados Unidos Mexicanos, por lo que se tomó en cuenta el tiempo de trayecto desde la fábrica hasta el destino final y el promedio de rotación de inventarios en poder del importador.

C. Se tienen cinco meses de periodo de desfaseamiento, cuatro de rotación de inventarios y uno de traslado, por lo que para el efecto del análisis de discriminación de precios se debe comparar el periodo de julio de 2000 a junio de 2001, con el periodo de diciembre de 2000 a diciembre de 2001.

D. Cuando el producto llega a los Estados Unidos Mexicanos, Locería Mexicana eventualmente reempaqueta la mercancía debido al deterioro por el traslado y por necesidades de sus clientes y aunque siga teniendo el mismo código, puede modificarse su presentación, por lo que la conversión a kilogramos debe multiplicarse por las nuevas unidades del reempacamiento.

E. La cantidad de caracteres es fija, 12 en total, y los utilizados por Locería Mexicana en sus ventas a clientes no relacionados son códigos compactos.

F. En el caso de la metodología de Primeras Entradas Primeras Salidas (PEPS), se persiguió al producto exportado, independientemente del periodo en que se vendió al cliente final, mientras que con la metodología alterna, simplemente se reportaron todas las ventas de diciembre de 2000 a noviembre de 2001.

G. La demanda de los productos no es homogénea en todos los periodos; con el análisis de rotación de inventarios, en el Anexo 2B del formulario oficial de investigación se utilizaron códigos sustitutos en su conformación, es decir, algunos de los códigos compactos se corresponden con códigos de 12 dígitos que no fueron vendidos en la República de Colombia durante el periodo investigado, por lo que se compararon con códigos alternos.

H. El conjunto de códigos de productos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y el conjunto de los consumidos en el mercado doméstico colombiano, son dos conjuntos que se intersectan, pero uno no está contenido en el otro.

I. El método de rotación de inventarios permite determinar que en promedio las exportaciones de julio de 2000 a junio de 2001, llegaron al cliente final entre diciembre y noviembre de 2001 y al no estar etiquetados los productos vendidos por pedimento, resulta imposible relacionar inequívocamente las facturas de venta al primer cliente no relacionado con los pedimentos de importación en el periodo investigado.

J. El método PEPS permite diseñar una base de datos que contiene únicamente el producto investigado exportado en el periodo investigado.

- K.** Los dos métodos son contrastantes entre sí y en cada uno es posible conocer con exactitud una parte de las cifras, mientras que otras debe ser calculadas o estimadas; los gastos por embalaje consisten en compras de cajas de cartón entre diciembre de 2000 y noviembre de 2001 utilizadas para rempaque de las mercancías que llegan maltratadas por el manejo en los contenedores.
- L.** Locería Mexicana debe pagar una comisión del 2 por ciento sobre ventas netas, luego de devoluciones, para cubrir la remuneración de la fuerza de ventas.
- M.** Tanto Locería Mexicana como Locería Colombiana tienen como política corporativa el suministro de sistemas de exhibición en el punto de venta para las piezas sueltas y material de punto de venta para exhibir un set de cada vajilla, por lo que se compraron materiales de exhibición en el periodo diciembre de 2001 a noviembre de 2001.
- N.** Locería Mexicana debe pagar mensualmente un porcentaje de las ventas netas mensuales como honorarios por concepto de servicios administrativos a ciertas empresas, los cuales cubren los diferentes servicios administrativos y logísticos relacionados con la recepción y nacionalización de las mercancías importadas, venta, servicio de despacho, así como la administración de recaudos, servicios contables, logísticos, de custodia, de seguros y almacenamiento de mercancías; este servicio incluye el suministro de información contable, fiscal y financiera, relacionada con la operación de negocios de Locería Mexicana, sin embargo, no cubre otros gastos propios del control de la empresa y la operación comercial, como gastos de flete de distribución, honorarios por servicios profesionales, gastos de viaje, muestras, publicidad y otros gastos de mercadeo.
- O.** Cuando Locería Mexicana vende su producto a un cliente no relacionado con un plazo de pago determinado, incurre en un costo financiero implícito toda vez que aplaza la disponibilidad de recursos líquidos hasta el pago de la factura correspondiente, pero este gasto no se refleja en la contabilidad de la empresa, ya que el efecto financiero se refleja en los estados financieros de la matriz Locería Colombiana.
- P.** Para obtener el monto del gasto por fletes y seguro de la frontera a la bodega de Locería Mexicana, se siguió el prorrateo o su equivalente de asignación de gastos mediante el uso de un valor porcentual promedio sobre las ventas en aduanas o mediante el uso de un factor de pesos por kilogramos.
- Q.** Los gastos de nacionalización, incluyendo los fletes, impuestos *ad valorem*, Derechos de Trámite Aduanero, en lo sucesivo DTA, gasto de manejo, no se incorporan separadamente en la contabilidad; las mercancías usualmente ingresan a aduanas bajo el régimen de depósito fiscal, después se extraen en la medida que la importadora lo decide y liquida una serie de gastos como el impuesto *ad valorem* y se realiza el cambio de régimen de importación a definitiva.
- R.** Los fletes externos desde la República de Colombia hasta los Estados Unidos Mexicanos y sus respectivos seguros correspondientes a las mercancías exportadas durante el periodo investigado, son identificables con cada factura de exportación en los casos en que la venta se hizo en términos Costo, Seguro y Flete (CIF), el resto quedó incluido en las liquidaciones de los pedimentos de extracción de cada importación, el criterio para su distribución entre los diferentes códigos de producto es en función del peso de la mercancía y no de su valor.
- S.** El gasto por flete interno de la fábrica al puerto de embarque fue realizado y contabilizado por el exportador en pesos colombianos y su valor fue convertido a dólares de los Estados Unidos de América.
- T.** Los ajustes al valor normal solicitados por Locería Colombiana corresponden a algunos gastos comerciales que ha tenido la compañía para poder realizar sus ventas internas.
- U.** Las ventas de los productos investigados similares a los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos son una parte del total de las ventas internas, los gastos solicitados como ajuste se calculan como un porcentaje de cada uno de los rubros de gastos comerciales solicitados, en proporción con las ventas de los productos investigados frente a las ventas internas totales.
- V.** Los gastos por garantías, asistencia técnica y servicios por venta, corresponden al gasto por mercaderistas y promotoras de ventas que son contratadas con empresas de servicios temporales para que promuevan la venta de los productos.
- W.** Las comisiones y/o salarios pagados a vendedores es la remuneración que se paga a los ejecutivos de ventas del área comercial nacional incluyendo gerentes de ventas, ejecutivos de cuenta y personas de soporte comercial.
- X.** Los gastos de manejo de producto en el centro de distribución nacional, corresponden a los arrendamientos pagados por la compañía por las bodegas y equipos de movimiento de carga donde se almacenan y se distribuyen los productos destinados al mercado nacional, y se incluyen los arrendamientos de oficinas en diferentes ciudades.

- Y.** Es necesario considerar el flete interno que corresponde al gasto que se incurre para el traslado de los productos desde el centro de distribución, hasta el cliente en la ciudad de destino, para obtener el precio a nivel ex-works; este gasto no es posible identificarlo para cada factura y cada producto en particular debido a que en un mismo vehículo se cargan mercancías para diferentes clientes, por lo que los fletes de entrega se calculan como un porcentaje sobre las ventas totales internas a partir de la suma total de fletes registrados contablemente en el periodo investigado frente a las ventas internas totales de la empresa y una vez determinada la base de prorrateo, el valor total a distribuir se asigna, mediante un prorrateo, a los diferentes códigos de producto vendidos tomando como base los kilogramos de mercancía vendida.
- Z.** Locería Colombiana contrata créditos en pesos colombianos y en dólares de los Estados Unidos de América, y la tasa resultante es el promedio ponderado del costo de los créditos en moneda nacional y extranjera, incluyendo la diferencia por el tipo de cambio.
- AA.** El impuesto de industria y comercio es un gravamen municipal que se liquida sobre las ventas internas y se paga mensualmente como un porcentaje de las ventas; las exportaciones no están sujetas a dicho impuesto.
- BB.** Las importaciones de materias primas para la fabricación de productos de exportación están exentas de impuestos de aduana siempre y cuando se formalice un contrato denominado Plan Vallejo, mediante el cual un importador se compromete a exportar una determinada cantidad de productos elaborados con los materiales importados y se demuestre que se reexportaron dichos materiales.
- CC.** Locería Colombiana realiza publicidad para promover sus ventas internas y para ello dispone de un presupuesto de publicidad y mercadeo que se define como un porcentaje de las ventas esperadas, esta publicidad consiste en afiches, revistas, material de exhibición, eventos promocionales, valla, material de exhibición, planes de mercadeo y correo publicitario, entre otros.
- DD.** Las diferencias de precios en las ventas a diferentes canales, obedecen a que la política comercial de la compañía establece una diferenciación de precios entre las ventas al canal de los mayoristas que compran mercancías, para luego revender a otros agentes comerciales y los canales detallistas, en la metodología para determinar este ajuste se estableció en cuáles códigos de producto se presentan estas diferencias de precios y se calculó el valor del descuento equivalente a aplicar el precio de venta de los códigos de producto vendidos en los canales diferentes a mayoristas.
- EE.** Los productos de primera calidad son aquellos que cumplen con los requisitos y criterios de calidad de Locería Colombiana, establecidos en los estándares que fija el área de control de calidad de la producción y la política de calidad ISO 9001, los de segunda calidad son aptos para el consumo, presentan defectos en su superficie o en su decoración y son vendidos a un precio inferior en mercados o por conducto de canales de distribución diferentes al de los productos de primera calidad, los de tercera calidad no se comercializan y se destinan para donaciones a entidades de beneficencia.
- FF.** Los productos de loza por ser más porosos que otros productos cerámicos no se someten a las pruebas de choque térmico y resistencia al impacto, sino que se utiliza la prueba de resistencia al craquelado del esmalte, que consiste en determinar si el esmalte resiste la tensión producida por la expansión por humedad.
- GG.** Los criterios para determinar la calidad de un producto de loza consisten en que la superficie debe ser lisa, el esmaltado debe tener un alto grado de reflexión de luz, la decoración no debe tener defectos ni burbujas en la calcomanía, la pieza no debe tener deformaciones.
- HH.** La afirmación de que las vajillas fabricadas por Santa Anita se utilizan en hoteles, restaurantes, y cafeterías, mientras que las fabricadas por Locería Colombiana, se utilizan en el sector doméstico, se basa en la diferenciación de las características físicas y en procesos productivos entre ambos productos que resultan diferenciados; debido a la mayor resistencia y poca variedad de diseños, los productos fabricados por Santa Anita, son más apropiados para el sector institucional.
- II.** El efecto que ha tenido en el mercado mexicano de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica la presencia de productos sustitutos de vidrio, melamina, plástico, barro y metal es información que deberá ser proporcionada por la solicitante, pero de considerarse que dichos productos son similares a los productos investigados, evidentemente la solicitante no representa la parte principal de la producción nacional, de conformidad con los artículos 40 y 50 de la LCE, 60, 61 y 62 del RLCE.
- JJ.** En las importaciones totales de vajillas de vidrio se presentó una tendencia de reducción de precio e incremento de volumen a partir de 2000; para el caso de importaciones de plástico aumentaron los precios y se presentaron incrementos en los volúmenes importados durante 2000 y 2001, respecto

de los años anteriores; mientras que las ventas nacionales de vajillas de loza perdieron participación en el mercado de 1999 a 2001, las ventas nacionales de productos sustitutos como las vajillas de vidrio y de plástico fueron ganando participación en el mercado.

KK. La participación del producto nacional y el importado, incluyendo las vajillas de loza, vidrio y plástico en el mercado nacional, han permanecido constante en los últimos tres años; los productos sustitutos de las vajillas de loza han tenido una participación importante en el mercado de vajillas, resultando una reducción en la competitividad de las vajillas de loza frente a dichos productos.

LL. La autoridad utilizó incorrectamente la conversión de kilogramos a piezas para determinar los indicadores económicos de la industria nacional, al suponer que 20 piezas son equivalentes a ocho kilogramos; para corregir este criterio se propone que la autoridad requiera a la solicitante para que proporcione el peso de todos los tipos de vajillas que fabrica y realice un promedio ponderado del peso de todas las vajillas, para obtener un promedio real del peso de una vajilla de 20 piezas.

64. Para acreditar lo anterior, Locería Colombiana presentó lo siguiente:

A. Extracto del decreto del Plan Vallejo (Ley 14 de 1983, por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones) de la República de Colombia.

B. Traducción de un extracto del documento Tableware International File 1999-2003, de European Tableware Buyers Guide.

C. Extracto de la bibliografía denominada "Introducción a la tecnología de la cerámica", del Museu de Cerámica de Barcelona.

D. Lista de proveedores de la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México, en www.hotelesenmexico.com.mx/proveedores.asp.

E. Cifras sobre volúmenes de importación de productos sustitutos, de 1999 a 2001, sin indicar su fuente.

F. Participaciones del producto importado y nacional, de 1998 a 2001, del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

G. Nota explicativa sobre el análisis de costo.

H. Ventas totales del producto investigado, de julio de 2000 a junio de 2001.

I. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno de la República de Colombia y a terceros mercados, de julio de 2000 a junio de 2001.

J. Primeras y últimas páginas del Anexo 2B, del escrito del 10 de junio de 2002, folio 2157.

K. Índice financiero de Locería Mexicana del ejercicio 2000, tabla de análisis de códigos sustitutos.

L. Cifras denominadas Dinnerware from Colombia, Sample of Model Program.

M. Costos unitarios por código de producto, de julio de 2000 a junio de 2001, lista de costos unitarios variables, costos unitarios por concepto de productos de loza exportados a los Estados Unidos Mexicanos de julio de 2000 a junio de 2001.

N. Cálculos de dumping por modificaciones en costos variables, sin considerar diferencias en costos variables y análisis de dumping considerando diferencias en costos variables.

65. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1113/2 con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Cerámica Andina, el 10 y 14 de junio de 2002 señaló lo siguiente:

A. Cerámica Andina clasificó de dos maneras sus productos a través del código de producto. El código principal, en el cual se especifican los 14 dígitos que se refieren a los atributos de cuenta contable, piezas, línea, composición decorado y embalaje, y el código completo, en donde a los 14 dígitos se le añadieron dos atributos que especifican un aspecto de calidad y la familia. Estos dos atributos adicionales no necesariamente se ven reflejados en los registros contables de la empresa, ya que se maneja fundamentalmente el de los 14 dígitos.

B. La metodología empleada para comparar los códigos utilizados en las exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos con los que se utilizaron en el mercado doméstico de la República de Ecuador, consistió en buscar un código idéntico en los 14 dígitos principales y en los atributos adicionales de calidad y familia; en caso de no existir dicho código o si no resultaba representativo, se buscó un código sustituto técnicamente comparable.

C. Los productos pueden contener diferencias de presentación sin que cambien esencialmente, por lo que cambios marginales en aspectos del decorado de la vajilla no afectan la comparabilidad entre dos productos.

D. Si la autoridad considera de forma auxiliar e indicativa el análisis de los códigos de 14 dígitos más los dos atributos adicionales, podría concluir que no existe práctica de discriminación de precios; la autoridad puede hacer el análisis de discriminación de precios considerando el código principal del

producto, que es el que se maneja comercialmente y se refleja en la contabilidad de la empresa; el criterio para sustentar que no existen diferencias en costos variables, se basa en los procesos productivos de los productos que se consideran sustitutos, en tanto que para su elaboración se sigue el mismo proceso técnico de fabricación; al asignarse precio por unidad, la diferencia por costo es marginal, dado que el mismo proceso productivo da origen a uno u otro código de los productos.

- E.** Cerámica Andina no lleva una contabilidad de costos variables por código de producto, por lo que se ve imposibilitada para presentar dicha información.
 - F.** El ajuste por reembolso y bonificaciones en el precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos, se trata de descuentos que se convienen con el comprador en forma posterior a la facturación del producto, se encuentran asociados contablemente a facturas específicas y se calculó la parte proporcional correspondiente a cada valor de la transacción de cada producto dentro de la factura, después se dividió el monto entre el volumen; las comisiones y/o salarios pagados a vendedores consisten en gastos incidentales a las ventas, toda vez que el personal del área promueve la colocación del producto en diferentes segmentos del mercado y hace posible la operación comercial de la empresa.
 - G.** Para el ajuste por crédito, la metodología que se propone es calcular el monto asociado a cada fecha obteniendo los totales de cada monto parcial de cada factura; en el caso de que queden pagos parciales o totales pendientes, se considera la fecha de comparecencia como día de pago del crédito, por cada transacción se calcula el ajuste correspondiente a cada pago parcial o total y se suman dichos ajustes.
 - H.** Cerámica Andina fija la calidad de sus productos con base en las diferencias en la presentación de las vajillas; los productos de segunda y tercera calidad son vendidos a un precio inferior en mercados o por conducto de canales de distribución diferentes a los productos de primera calidad; las calidades en que separa los productos son de exportación, primera, segunda y R.O.K., esta última es la calidad de las piezas como salen del horno.
 - I.** Dadas las características físicas y de los procesos productivos entre los productos de Santa Anita y Cerámica Andina, dichos productos resultan diferenciados y se dirigen a sectores distintos.
 - J.** El efecto que ha tenido en el mercado mexicano de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica la presencia de productos sustitutos de vidrio, melamina, plástico, barro y metal es información que deberá ser proporcionada por la solicitante, pero de considerarse que dichos productos son similares a los productos investigados, evidentemente la solicitante no representa la parte principal de la producción nacional, de conformidad con los artículos 40 y 50 de la LCE, 60, 61 y 62 del RLCE.
 - K.** En las importaciones totales de vajillas de vidrio se presentó una tendencia de reducción de precio e incremento de volumen a partir de 2000; para el caso de importaciones de plástico aumentaron los precios y se presentaron incrementos en los volúmenes importados durante 2000 y 2001, respecto de los años anteriores; mientras que las ventas nacionales de vajillas de loza perdieron participación en el mercado de 1999 a 2001, las ventas nacionales de productos sustitutos como las vajillas de vidrio y de plástico fueron ganando participación en el mercado.
 - L.** La participación del producto nacional y el importado, incluyendo las vajillas de loza, vidrio y plástico en el mercado nacional, han permanecido constante en los últimos tres años; los productos sustitutos de las vajillas de loza han tenido una participación importante en el mercado de vajillas, resultando una reducción en la competitividad de las vajillas de loza frente a dichos productos.
 - M.** La autoridad debe requerir a la solicitante para que proporcione el peso de todos los tipos de vajillas que fabrica y realice un promedio ponderado del peso de todas las vajillas.
- 66.** Para acreditar lo anterior, Cerámica Andina presentó lo siguiente:
- A.** Explicación de los dígitos que contiene un código.
 - B.** Relación de códigos de producto.
 - C.** Tasa de interés del Banco Central de Ecuador.
 - D.** Extracto del documento titulado Tableware International File 1999-2003.
 - E.** Extracto del documento titulado "Introducción a la tecnología de la cerámica".
 - F.** Copia de diversas facturas.
 - G.** Estado de resultados de 2001 de Cerámica Andina.
 - H.** Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos y al mercado interno sin especificar las fechas del periodo.
 - I.** Lista de códigos de productos, listas de códigos de empaque, calidad, decorado, piezas, línea y composición.

- J. Tabla de sustitución de códigos idénticos y/o alternos por códigos principales.
- K. Informe técnico de Cerámica Andina de fecha 28 de mayo de 2002.
- L. Análisis a ajustes al precio de exportación.
- M. Copia simple de dos registros de crédito externo del Banco Central del Ecuador.

67. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1117/2 con fundamento en el artículo 55 de la LCE, Locería Jalisciense, S.A. de C.V., en lo sucesivo Locería Jalisciense, el 4 de junio de 2002 manifestó lo siguiente:

- A. La actividad de Locería Jalisciense es la fabricación de artículos de cerámica, porcelana y semiporcelana.
- B. Apoya la solicitud de la presente investigación debido a que la importación de vajillas y piezas sueltas originarias de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, ha provocado una caída en la demanda del producto nacional y baja en los precios.
- C. Las piezas sueltas de vajillas que fabrica son tanto de pasta blanca como de barro, pero no son vitrificadas.
- D. Locería Jalisciense maneja en su producción pasta blanca porosa que está calcinada, de porosidad a cono 4 de 9 a 10 por ciento de absorción (sic), y pasta roja porosa cuyo contenido de arcilla roja es de aproximadamente 40 por ciento y su porosidad es de 4 a 5 por ciento a cono 3 (sic), ambas pastas pueden llevar esmalte sin plomo ni cadmio, transparente, blanco o de color.
- E. Locería Jalisciense no tiene conocimiento de cuál es su participación en la producción nacional, ni la CANACINTRA tiene datos relativos a la producción nacional de piezas de vajillas.
- F. Nunca ha realizado importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica.
- G. Las importaciones de los productos objeto de esta investigación han provocado distorsión en los precios, lo que ha repercutido en una baja importante en la producción de loza ya que no es posible fabricar y vender loza a precios que compitan con las repúblicas de Colombia, Ecuador, Indonesia y Popular China.
- H. Sus principales competidores nacionales son Santa Anita y Fábrica de Loza El Anfora, S.A. de C.V.
- I. Los principales importadores de vajillas y piezas sueltas de cerámica son: Locería Mexicana, Vitrocrista, Oneida, S.A. de C.V., Regalos Siglo XXI, S.A. de C.V., Imcosa, Districomex, S.A. de C.V. y Dorian Tijuana, S.A. de C.V.
- J. Los canales de distribución a los cuales dirige su producción de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica son a mayoristas.

68. Además, para acreditar lo anterior, Locería Jalisciense presentó lo siguiente:

- A. Especificaciones que describen a las vajillas y piezas sueltas que produce.
- B. Capacidad instalada, capacidad utilizada y producción, de julio de 1998 a junio de 2001.
- C. Estado de costos, ventas y utilidades del producto similar de fabricación nacional, de 1998 a 2000.
- D. Ventas netas libre a bordo (LAB) planta a cada uno de sus clientes, para el periodo julio de 1999 a junio de 2001.
- E. Indicadores económicos de la empresa de julio de 1998 a junio de 2001 y estados financieros dictaminados de 1998 a 2000.

69. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1119/2 con fundamento en el artículo 55 de la LCE, Fábrica de Loza El Anfora, S.A. de C.V., en lo sucesivo El Anfora, el 18 de junio y 8 de agosto de 2002 manifestó lo siguiente:

- A. El Anfora tiene por objeto la fabricación y venta de toda clase de cerámica y sus similares, como la loza de uso doméstico, hotelero y muebles sanitarios.
- B. El Anfora decidió apoyar la presente investigación debido a que el mercado mexicano de cerámica, particularmente de vajillas y piezas sueltas, para uso doméstico, se rige más por un precio bajo que por la calidad de los productos.
- C. A partir de 1998, con la importación de vajillas y piezas sueltas de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, Anfora sufrió una presión por parte de sus clientes para bajar sus precios; los bajos precios de los competidores de esos tres países son a precios discriminados que amenazan el futuro de la empresa.
- D. El Anfora decidió bajar sus precios, sin embargo, no se llegó a los niveles de los productos importados, por lo que, consecuentemente, sufrió una dramática pérdida del volumen de compra de sus clientes.

- E.** Dado que a los productores colombianos, ecuatorianos e indonesios les resulta difícil la venta de sus productos en sus respectivos países, los introducen en grandes cantidades a los Estados Unidos Mexicanos a precios por debajo de sus precios domésticos.
 - F.** El Anfora disminuyó su producción y aun así mantuvo niveles altos de inventarios, por lo que se han cancelado inversiones para la línea de productos de uso doméstico.
 - G.** Los insumos y materiales utilizados por la empresa para fabricar vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica son sílice, feldespato, arcillas, carbonatos, caolín wollastonita, óxido de aluminio, yeso, talco y pigmentos inorgánicos.
 - H.** Clasificar la cerámica sólo por su grado de absorción de agua no es relevante ni diferencial para el consumidor final, ya que la funcionalidad, apariencia y calidad son suficientemente similares entre los productos nacionales y los de importación; una mejor clasificación es la proporcionada por la Nomenclatura Combinada (NC) de la Comunidad Europea, la cual define la porcelana como cerámica completamente vitrificada, dura impermeable, blanca o artificialmente colorada, traslúcida y resonante.
 - I.** Stoneware se define como gres, aunque denso, impermeable y suficientemente duro como para resistir el rayado por una punta de acero, difiere de la porcelana por ser más opaco y normalmente vitrificado parcialmente, tiene un color grisáceo o café debido a impurezas en la arcilla utilizada, la traslucidez es de cierto nivel y su absorción al agua es de 3 por ciento del peso.
 - J.** Earthenware es la loza de cerámica no vitrificada y opaca, fabricada de arcillas seleccionadas, a veces mezcladas con feldespatos y con diferentes cantidades de talco, cuentan con cierta blancura y otro color ligero, el artículo tiene un grano fino y es homogéneo en su composición interna, la absorción al agua es del 5 por ciento o más por peso; los productos de cerámica, tanto vitrificada, semivitrificada o porosa, satisfacen las mismas funciones y apariencia física para el consumidor final de precio bajo.
 - K.** La clasificación de las vajillas y piezas sueltas de El Anfora bajo el criterio de la NC es tipo stoneware y siguiendo el criterio por absorción al agua, su producto sería semivitrificado.
 - L.** La producción de El Anfora representó aproximadamente el 20 por ciento de la producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas.
 - M.** El Anfora importó el 7 de enero de 2001, por única ocasión, piezas sueltas de vajillas de la marca Steelite, producida por la empresa británica Steelite International Plc., importación que resulta insignificante en su volumen total comparado con el volumen del mercado nacional.
 - N.** El Anfora ha disminuido su volumen de ventas de los productos investigados, en los canales de autoservicios y mayoristas, que son el volumen alto del mercado nacional de vajillas y piezas sueltas de cerámica.
 - O.** El Anfora respondió a las exigencias de sus clientes por mayores plazos de crédito bajo el argumento de sus clientes de que el producto de Locería Colombiana era más barato.
 - P.** De 1998 a 2000 los inventarios aumentaron por tratar de mantener la planta de mano de obra sin grandes reducciones.
 - Q.** Los principales competidores nacionales de El Anfora son Santa Anita, Locería Jalisciense, y extranjeros, Locería Colombiana, Cerámica Andina, PT Lucky, Gibson y Oxford.
 - R.** Los canales de distribución de El Anfora son las tiendas departamentales, autoservicios, mayoristas, institucional y la exportación.
 - S.** Las ventas de vajilla y piezas sueltas de vajillas de cerámica presentan distorsiones en precio a la baja en los autoservicios y mayoristas, quienes compran los productos a la competencia de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia.
 - T.** Actualmente El Anfora no cuenta con un desglose de información entre las vajillas y piezas sueltas vendidas para uso doméstico, hotel y restaurante, ni de venta de vajillas como set y piezas sueltas.
 - U.** El efecto que han tenido en el mercado mexicano de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, la existencia de productos sustitutos de vidrio, melamina, plástico, barro y metal no ha sido perjudicial para El Anfora.
 - V.** Los estados financieros, de costos, ventas y utilidades de El Anfora, incluyen la línea de loza hogar, institucional y muebles sanitarios.
- 70.** Para acreditar lo anterior, El Anfora presentó lo siguiente:
- A.** Gráfica del proceso productivo de la empresa.
 - B.** Capacidad instalada y utilizada de julio de 1998 a junio de 2001.

- C. Balances generales auditados de la empresa de 1997 a 2000.
- D. Estados financieros de la empresa, sin auditar, de 2001.
- E. Indicadores económicos de la empresa de julio de 1998 a junio de 2001.
- F. Lista de sus clientes más importantes en loza, vajillas y piezas sueltas, de 1999 y 2000.
- G. Estados de costos, ventas y utilidades de 1998 a 2001.
- H. Catálogo de la empresa.

71. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1386/2 con fundamento en el artículo 55 de la LCE, la Asociación Nacional Cerámica de México, A.C., el 10 de julio de 2002, manifestó que desconoce la información solicitada, ya que sus asociados no se la proporcionan y que el objeto de dicha asociación es fomentar el conocimiento de las ciencias cerámicas.

72. En respuesta al requerimiento de información formulado mediante oficio UPCI.310.02.1652/2 con fundamento en el artículo 55 de la LCE, la Sociedad Mexicana de Cerámica, A.C., el 29 y 30 de julio de 2002 manifestó lo siguiente:

- A. No cuenta con información exacta sobre las cifras de producción de vajillas y piezas sueltas, ni de la participación en la producción nacional por tipo de vajillas que se fabrican, ya que sus afiliadas no le proporcionan dicha información.
- B. Por el conocimiento y experiencia en el sector de cerámica señala que Santa Anita, El Anfora y Cerámicas y Porcelanas Foster, S.A. de C.V., en lo sucesivo Porcelanas Foster, representan el 87 por ciento en conjunto de la producción nacional.
- C. Los tipos de vajillas y piezas sueltas de cerámica producidas en el país son loza o earthenware y stoneware; la producción anual de dichas mercancías en promedio en los últimos tres años es de 56 millones de piezas, de los cuales el 90 por ciento corresponde a stoneware.
- D. El término cerámica incluye porcelana, stoneware y earthenware, la diferencia entre éstos se debe a la materia prima utilizada y/o tecnología empleada en su elaboración.
- E. No cuenta con información sobre las características por cada tipo de vajilla y piezas sueltas.

73. Para acreditar sus afirmaciones la Sociedad Mexicana de Cerámica, A.C., presentó copia simple de documento titulado The World Ceramic, Tableware Handbook.

74. En respuesta a los requerimientos de información formulados mediante oficios UPCI.310.02.1385/2 y UPCI.310.02.1651/2 con fundamento en el artículo 55 de la LCE, la CANACINTRA, el 5, 10 y 30 de julio de 2002 manifestó lo siguiente:

- A. En todos los artículos para vajillas existen tres grandes grupos que son porcelana, stoneware y loza, cuyas materias primas son básicamente las mismas pero con variaciones en cuanto al porcentaje.
- B. La mayor diferencia en el proceso de fabricación es la temperatura, siendo para la porcelana de 1350 a 1450 grados centígrados, para el stoneware de 1200 a 1300 grados centígrados y la loza de 950 a 1230 grados centígrados.
- C. La loza también puede llamarse earthenware (blanca, gris y roja), mayólica o faience según el país de origen e indica un producto poroso de 3 a 15 por ciento, con una baja o media resistencia al impacto.
- D. El stoneware puede ser conocido como gres, porcelana hotel, loza semivítrea, loza institucional, loza hotelera, pero tiene como características su baja porosidad de 0.5 al 3 por ciento y alta resistencia al impacto.
- E. En los Estados Unidos Mexicanos se fabrican toda clase de vajillas excepto de porcelana, la cual se manufactura a alta temperatura, es muy blanca, de pared delgada, no porosa y traslúcida.
- F. Las tres principales empresas productoras son Santa Anita, El Anfora y Locería Jalisciense, pero existen micro y pequeñas empresas localizadas en Morelos, Estado de México, Puebla, Guanajuato y Querétaro.

75. Para acreditar sus afirmaciones, la CANACINTRA presentó lo siguiente:

- A. Datos de producción nacional de vajillas de 1999 a 2001.
- B. Copia simple de los documentos: An Illustrated Dictionary of Ceramics, "Enciclopedia de la Química Industrial, Tomo 11, Cerámica Industrial"; "Cerámica fina, Tecnología y Aplicaciones".

Agentes aduanales

76. Mediante escritos presentados del 9 de mayo al 6 de junio de 2002, en respuesta a los requerimientos formulados por la Secretaría con fundamento en el artículo 55 de la LCE, comparecieron diversos agentes aduanales para presentar pedimentos, facturas y demás documentos de internación al país de operaciones de importación de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, mercancía clasificada en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

CONSIDERANDO

Competencia

77. La Secretaría de Economía es competente para emitir la presente Resolución conforme a lo dispuesto en los artículos 16 y 34 fracciones V y XXX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 5 fracción VII y 57 fracción I de la LCE; y 1, 2, 4 y 14 fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía; y quinto transitorio del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, de la Ley Federal de Radio y Televisión, de la Ley General que establece las Bases de Coordinación del Sistema Nacional de Seguridad Pública, de la Ley de la Policía Federal Preventiva y de la Ley de Pesca, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** del 30 de noviembre de 2000.

Legitimación

78. De acuerdo con lo señalado en los puntos 225 y 229 Santa Anita como empresa legalmente constituida representa el 66 por ciento en la producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas, lo cual actualiza el supuesto contenido en los artículos 40 y 50 de la LCE y 60 y 75 del RLCE.

Legislación aplicable

79. Para efectos de la presente investigación son aplicables la Ley de Comercio Exterior y su Reglamento, el Código Fiscal de la Federación y el Código Federal de Procedimientos Civiles, estos dos últimos de aplicación supletoria, así como el Acuerdo Antidumping.

Información desestimada

80. Mediante acuerdo del 1 de abril de 2002, la Secretaría determinó no tomar en cuenta la información presentada por Imcosa el 26 de marzo de 2002, toda vez que no acreditó la personalidad del compareciente dentro del plazo que le fue otorgado para que presentara sus argumentos y medios de prueba, pues no cumplió con lo establecido en el artículo 19 de Código Fiscal de la Federación, ya que no presentó copia certificada de las escrituras públicas que contienen el acta de constitución de la empresa y otorgamiento de poderes a sus representantes legales.

81. Mediante acuerdos del 2, 5, 19 y 30 de abril y 22 de julio de 2002, la Secretaría determinó no tomar en cuenta la información presentada por la empresa PT Lucky mencionada en el punto 54 de esta Resolución, en virtud de que no acreditó la personalidad del compareciente de conformidad con el artículo 19 del Código Fiscal de la Federación, no clasificó su información de conformidad con los artículos 80 de la LCE, 148, 149, 152, 153, 158 del RLCE y 6.5 del Acuerdo Antidumping, no presentó traducción de sus escritos conforme al artículo 271 del Código Federal de Procedimientos Civiles, y su escrito del 26 de marzo de 2002, no cuenta con firma autógrafa de conformidad con el artículo 199 del Código Fiscal de la Federación.

82. Con fecha 8 de abril de 2002, la Secretaría acordó no tomar en cuenta la información de PT Lucky remitida por la Embajada de la República de Indonesia en los Estados Unidos Mexicanos, señalada en el punto 55 de esta Resolución, en virtud de que no acreditó la personalidad del compareciente de conformidad con el artículo 19 de Código Fiscal de la Federación, no clasificó su información de conformidad con los artículos 80 de la LCE, 148, 149, 152, 153, 158 del RLCE y 6.5 del Acuerdo Antidumping, ni presentó traducción de su escrito conforme al artículo 271 del Código Federal de Procedimientos Civiles.

Análisis de discriminación de precios

83. En la etapa preliminar de la investigación la Secretaría recibió en tiempo y forma los argumentos, la información y las pruebas complementarias a que se refieren los puntos 50 a 53 de esta Resolución, por parte de Cerámica Andina y Locería Colombiana, y ésta proporciona también información de su empresa importadora relacionada Locería Mexicana.

84. La Secretaría también recibió la respuesta al formulario oficial por parte de la importadora Vitrocrista, sin embargo, esta empresa no presentó alegatos ni comentarios que desvirtuaran el análisis de discriminación de precios realizado por la Secretaría en la resolución de inicio de investigación, publicada en el DOF el 21 de enero de 2002.

85. Los cálculos de la determinación del margen de discriminación de precios para Cerámica Andina y Locería Colombiana se describen de manera detallada en los puntos del 96 al 126 y del 128 al 186 de esta Resolución, respectivamente. Estos cálculos consideran la información presentada por las empresas exportadoras en sus diversas promociones.

86. P.T. Lucky también compareció ante la Secretaría, sin embargo, su información fue desestimada por las razones que se describen en los puntos 81 y 82 de esta Resolución. Por lo tanto, la Secretaría calculó el margen de discriminación de precios para esta empresa de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento; tales hechos se describen en el punto 188 de esta Resolución.

87. De conformidad con el artículo 82 fracción I inciso B del RLCE, la Secretaría no puede revelar públicamente la información de carácter confidencial presentada por cada una de las empresas.

Alegatos

88. Cerámica Andina manifestó que la solicitante determinó el valor normal en el mercado interno con base en un estudio de mercado que comprende datos que no corresponden al periodo investigado y que no acreditó la representatividad de las ventas en el mercado doméstico. Agregó que la muestra empleada por la solicitante para determinar el precio de exportación no es representativa.

89. La actualización de los precios que sirven de base para la determinación del margen de discriminación de precios a de fin eliminar los efectos de la inflación está prevista en el artículo 58 del RLCE. La Secretaría validó la metodología y pruebas empleadas por la solicitante para realizar dicha actualización, por lo que considera que la aseveración de la empresa exportadora carece de fundamento.

90. Asimismo, la empresa solicitante presentó documentación e información para inferir que los precios en el mercado interno constituyen una base razonable para determinar el valor normal, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 31 de la LCE y 2.2 del Acuerdo Antidumping. Este hecho quedó expresado en el punto 62 de la resolución de inicio.

91. De igual manera, la Secretaría no comparte lo argumentado por Cerámica Andina en el sentido de que la muestra empleada por la solicitante para determinar el precio de exportación no es representativa. Tal y como se indica en el punto 33 de la resolución de inicio, la muestra representa el 12 por ciento del volumen total exportado a los Estados Unidos Mexicanos por ese país en el periodo investigado, por lo que la Secretaría determinó que dicha muestra es correcta en apego a lo dispuesto por los artículos 41 del RLCE y 6.10 Acuerdo Antidumping.

92. Por otra parte, Locería Colombiana manifestó que la solicitante determinó el valor normal en el mercado interno con base en una lista de precios al público la cual es diferente a la lista de precios para los clientes de los canales regulares. Señaló que dicha lista incluye precios que son simples cotizaciones y no corresponden a todos los meses del periodo investigado. Agregó que la solicitante no acreditó la representatividad de las ventas en el mercado interno y que la muestra que utilizó la solicitante para determinar el precio de exportación no es representativa.

93. La lista de precios presentada, aun cuando incluye cotizaciones, constituye información razonablemente disponible para la solicitante para acreditar el valor normal. Por su parte, la lista de precios del producto investigado que presentó la solicitante estuvo vigente en el año 2000, es decir, comprendió seis meses del periodo de investigación. La Secretaría considera que la información presentada por la solicitante es adecuada, de conformidad con lo establecido en los artículos 75 fracción XI del RLCE y 5.2 del Acuerdo Antidumping.

94. Por otra parte, respecto a la representatividad del valor normal, la solicitante presentó documentación e información para inferir que los precios en el mercado interno constituyen una base razonable para determinar el valor normal, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 31 de la LCE y 2.2 del Acuerdo Antidumping. Este hecho quedó expresado en el punto 47 de la resolución de inicio.

95. De igual manera, la Secretaría no comparte lo argumentado por Locería Colombiana en el sentido de que la muestra empleada por la solicitante para determinar el precio de exportación no es representativa. Tal y como se indica en el punto 32 de la resolución de inicio, la muestra representa el 16 por ciento del volumen total exportado a los Estados Unidos Mexicanos por ese país en el periodo investigado, por lo que la Secretaría determinó que dicha muestra es correcta en apego a lo dispuesto por los artículos 6.10 Acuerdo Antidumping y 41 del RLCE.

República de Ecuador

Cerámica Andina, C.A.

Códigos de producto

96. De acuerdo con la información de Cerámica Andina, las vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica se pueden clasificar de dos maneras: de acuerdo con el "código principal" o con el "código completo". La primera clasificación describe la cuenta contable y los atributos técnicos de las mercancías tales como la línea, composición, decorado, el número de piezas y el embalaje y corresponde a la clasificación que se maneja en la contabilidad de la empresa y en su sistema de facturación.

97. La segunda clasificación de mercancías realizada por la empresa incorpora la cuenta contable y la descripción de los atributos señalados en el punto anterior, así como la especificación de dos atributos adicionales: uno hace referencia a un aspecto de calidad (exportación, primera y segunda) y el otro, a la familia de las mercancías (monocolor, bicolor, etc.). La empresa mencionó que estos dos atributos adicionales no necesariamente se ven reflejados en los registros contables o en las facturas de venta de la empresa, por lo que propuso que el análisis de discriminación de precios se realizara considerando únicamente los códigos

principales. La Secretaría aceptó esta propuesta a reserva de requerir información adicional sobre este punto en el curso de la investigación.

98. De acuerdo con lo expuesto en los puntos anteriores, Cerámica Andina exportó a los Estados Unidos Mexicanos 158 códigos o tipos de vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica.

Precio de exportación

99. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos promedio ponderado en dólares de los Estados Unidos de América por kilogramo para cada uno de los 158 tipos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de venta de cada tipo de vajilla de cerámica y pieza suelta de cerámica en el volumen total del producto investigado exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción, con fundamento en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes al precio de exportación

100. Cerámica Andina propuso ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular por los conceptos de comisiones, crédito, flete y seguro marítimo, flete y seguro interno y otros gastos.

101. De conformidad con los artículos 36 de la LCE, 54 del RLCE y 2.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría aceptó ajustar, en esta etapa de la investigación, el precio de exportación únicamente por los siguientes conceptos: crédito, flete y seguro marítimo y flete y seguro interno.

Ajustes admitidos

Crédito

102. La empresa calculó el plazo de pago a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio ponderada aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría validó la metodología y la información presentada por la empresa.

Flete y seguro marítimo

103. Cerámica Andina explicó que debido a la enorme dificultad técnica para identificar estos gastos asociados a cada transacción fue necesario realizar un prorrateo de los mismos con base en la siguiente metodología: multiplicó el monto del gasto total correspondiente a estos conceptos por un factor, el cual resulta de dividir la participación de las ventas de exportación del producto investigado a los Estados Unidos Mexicanos entre las ventas totales, durante el periodo investigado. Sin embargo, debido a que el flete y el seguro marítimo se erogan únicamente para las ventas de exportación, la Secretaría recalculó este ajuste considerando la participación de las exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos entre las ventas totales de exportación de la empresa.

104. Una vez identificado el gasto asignable al mercado de exportación mexicano con base en el recálculo realizado por la Secretaría, se calculó el monto aplicable a cada operación al multiplicar el volumen facturado de cada transacción por el factor que resulta de dividir el gasto correspondiente al flete y seguro marítimos entre el volumen total del producto investigado exportado a los Estados Unidos Mexicanos.

Flete y seguro interno

105. Cerámica Andina explicó que en su contabilidad no se distingue el flete y el seguro interno asignado a ventas de exportación o el asignado a ventas domésticas. Por lo tanto, identificó estos gastos para las ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos por medio de aplicar la misma metodología propuesta por la solicitante y que se describe en el punto 103 de esta Resolución.

106. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el volumen facturado de cada operación por el factor que resulta de dividir el gasto correspondiente a estos conceptos entre el volumen total del producto investigado exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La información y la metodología fue validada por la Secretaría.

Ajustes desestimados

Comisiones y/o salarios

107. Cerámica Andina explicó que los gastos por comisiones se derivan de pagos de salarios y percepciones del personal de ventas que promueve la colocación del producto en los diferentes segmentos de mercado y hace posible la operación comercial de la empresa. No obstante, la Secretaría determinó desestimar este ajuste en esta etapa de la investigación toda vez que la empresa no demostró que los pagos de salarios y las percepciones del personal de ventas representan un gasto variable para la empresa, de conformidad con el artículo 54 del RLCE.

Otros gastos (viajes del equipo de ventas)

108. Cerámica Andina explicó que para promocionar y darle seguimiento a las ventas realiza un gasto por concepto de viajes del equipo de ventas que difiere según los distintos mercados que se atienden. La Secretaría determinó desestimar este ajuste, toda vez que la empresa no demostró que es incidental a las ventas ni que forma parte de su precio, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 54 del RLCE.

Valor normal

109. Para 57 de los 158 tipos de producto que se describen en el punto 98 de esta Resolución, Cerámica Andina reportó las ventas en su mercado interno de un código idéntico al exportado a los Estados Unidos Mexicanos.

110. A partir de la información proporcionada por la empresa, la Secretaría observó que estos 57 códigos de producto vendidos en el mercado interno cumplen con el requisito de cantidad suficiente para determinar el valor normal que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

111. Para los restantes códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos para los cuales no se reportó un código de producto idéntico vendido en el mercado ecuatoriano o que aun siendo vendido, no cumplió con el requisito de cantidad suficiente para determinar el valor normal, la empresa propuso utilizar las ventas de un código similar.

112. Cerámica Andina explicó que no existen diferencias en costos variables entre el producto propuesto como similar y el exportado a los Estados Unidos Mexicanos por lo que no es procedente un ajuste por diferencias físicas ya que la diferencia se refiere únicamente a la presentación del producto. Esto es, pueden tener distinto embalaje o presentarse en diferentes unidades de stock, pero sus atributos técnicos esenciales se conservan. En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó la información proporcionada por la solicitante, a reserva de obtener mayores elementos durante el procedimiento.

113. Los códigos de productos vendidos en el mercado ecuatoriano similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos también cumplen con el requisito de cantidad suficiente para determinar el valor normal que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping, por lo que la Secretaría estableció el valor normal para cada uno de los 158 códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos según el precio de venta en el país de origen, de conformidad con los artículos 31 primer párrafo de la LCE y 2.1 del Acuerdo Antidumping.

114. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 158 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos a partir del precio promedio ponderado por kilogramos de las ventas en el mercado ecuatoriano realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el volumen de ventas realizadas en dicho mercado por tipo de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE.

115. El precio anterior está expresado en dólares de los Estados Unidos de América toda vez que la moneda de la República de Ecuador mantiene una paridad de uno a uno con respecto al dólar de los Estados Unidos de América. Adicionalmente, con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes al valor normal

116. Cerámica Andina propuso ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, ajustó por los conceptos de comisiones, crédito, flete y seguro interno y otros ajustes.

117. De conformidad con los artículos 36 de la LCE, 54 del RLCE y 2.4 del Acuerdo Antidumping, en esta etapa de la investigación la Secretaría aceptó ajustar el valor normal únicamente por los siguientes conceptos: flete y seguro interno.

Ajustes admitidos

Flete y seguro interno

118. Cerámica Andina explicó que en su contabilidad no se distingue el flete ni el seguro interno asignado a las ventas de exportación o las ventas domésticas. Por lo tanto, identificó estos gastos para las ventas en el mercado interno por medio de multiplicar el gasto total correspondiente a esos conceptos por un factor, el cual resulta de dividir las ventas del producto idéntico o similar en el mercado ecuatoriano entre las ventas totales, durante el periodo investigado.

119. Una vez identificado el gasto para las ventas del producto idéntico o similar al exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el volumen facturado de cada operación por el factor que resulta de dividir el gasto correspondiente a estos conceptos entre el volumen total de las ventas domésticas del producto idéntico o similar al exportado a los Estados

Unidos Mexicanos. La información y la metodología fue validada por la Secretaría en esta etapa de la investigación.

Ajustes desestimados

Comisiones y/o salarios

120. Cerámica Andina indicó que los gastos por comisiones se derivan de pagos de salarios y percepciones del personal de ventas que promueve la colocación del producto en los diferentes segmentos de mercado y hace posible la operación comercial de la empresa. No obstante, la Secretaría determinó desestimar este ajuste toda vez que la empresa no demostró que los pagos de salarios y las percepciones del personal de ventas representan un gasto variable para la empresa, de conformidad con el artículo 54 del RLCE.

Crédito

121. Cerámica Andina explicó que vende a crédito y acuerda con sus clientes los plazos de pago. Agregó que en algunas transacciones se tienen hasta tres pagos para la liquidación completa de la operación de venta por lo que algunas transacciones registran pagos parciales y otras incluso se encuentran pendientes de pago. Por esta razón, la empresa propuso la siguiente metodología para calcular el gasto por concepto de crédito: se identificó el plazo de crédito para cada transacción, así como el monto pagado en cada plazo de acuerdo con lo especificado en la factura correspondiente y con los documentos de pago asociados. Posteriormente, calculó ajustes parciales de crédito y luego se sumaron éstos para obtener el ajuste total por transacción. A las transacciones pendientes de pago parcial o total se les adjudicó como fecha de pago la fecha de la comparecencia de la información por parte de Cerámica Andina y el monto parcial o total pendiente de pago.

122. Con relación a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio ponderada aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado.

123. La Secretaría determinó desestimar el ajuste por crédito en esta etapa de la investigación toda vez que la empresa no logró demostrar que la metodología descrita en el punto 121 de esta Resolución es consistente y apropiada. En particular, la Secretaría le requirió una muestra de facturas de venta y los documentos de pagos parciales asociados, no obstante, esta información no le permitió a la Secretaría validar dicha metodología por las siguientes razones: el 40 por ciento de las facturas solicitadas en la muestra reflejan un mecanismo de cálculo que no corresponde completamente con el descrito por la empresa; el resto de las facturas no están incluidas en la base de datos del mercado interno presentada por la empresa.

124. Adicionalmente, para aquellas facturas pendientes de pago parcial o total, la Secretaría le requirió que presentara una metodología alterna para calcular los días de financiamiento, sin embargo, la empresa omitió presentar la misma sin proporcionar justificación alguna. La Secretaría observó que los plazos de financiamiento otorgado a sus clientes en el mercado interno sobrepasa por mucho a los días de pago que otorga la empresa como parte de las condiciones de pago que se describen en las mismas facturas de venta. Esto se comprueba con lo señalado por la propia empresa quien afirmó que a la fecha de la comparecencia de la información proporcionada a la Secretaría, existen operaciones de venta en el mercado interno aún pendientes de pago parcial o total.

Otros ajustes (viajes del equipo de venta)

125. Cerámica Andina, indicó que para promocionar y darle seguimiento a las ventas realiza un gasto por concepto de viajes del equipo de ventas que difieren según los distintos mercados que se atienden. La Secretaría determinó desestimar este ajuste toda vez que la empresa no demostró su aplicabilidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 54 del RLCE.

Margen de discriminación de precios

126. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos anteriores y con fundamento en los artículos 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE y 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría determinó que las importaciones de vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica, clasificadas en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, provenientes de Cerámica Andina, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

Todos los demás exportadores

127. Para las demás empresas ecuatorianas que no comparecieron en esta etapa de la investigación, con fundamento en los artículos 54 de la LCE y 6.8 del Acuerdo Antidumping y con base en la información que obra en el expediente administrativo del caso, la Secretaría estableció que el margen de discriminación de precios aplicable a las vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica que se clasifican en la fracción

arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, es de 5 por ciento. Lo anterior, con base en la información proporcionada por la solicitante y de acuerdo con la metodología que se describe en los puntos del 54 al 64 de la resolución de inicio de investigación, publicada en el DOF el 21 de enero de 2002.

República de Colombia

Locería Colombiana, S.A.

Códigos de producto

128. Locería Colombiana proporcionó la información sobre valor normal y precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos de acuerdo con la clasificación de códigos de mercancías “largos” que utiliza en sus registros contables. Para la reconstrucción del precio de exportación, utilizó la clasificación de códigos “compactos” que emplea su importadora relacionada Locería Mexicana, en las ventas a los clientes no relacionados, los cuales son equivalentes a los códigos utilizados por Locería Colombiana.

129. De acuerdo con lo anterior, Locería Colombiana exportó a los Estados Unidos Mexicanos, 191 tipos o códigos de vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica.

Precio de exportación

130. Locería Colombiana realizó las exportaciones de vajillas de cerámica y piezas sueltas de vajillas al mercado mexicano a través de su empresa vinculada Locería Mexicana, por tanto, el precio de exportación se calculó conforme a la metodología de precio de exportación reconstruido a que se refieren los artículos 35 de la LCE, 50 del RLCE y 2.3 del Acuerdo Antidumping.

131. La Secretaría identificó las ventas que sirvieron de base para el cálculo del precio de exportación reconstruido a partir de las ventas de Locería Mexicana al primer cliente no relacionado durante el periodo de investigación, tomando en cuenta el desfase en las ventas derivado de la aplicación de la rotación de inventarios.

132. Locería Mexicana a pesar de haber identificado cada venta al primer cliente no relacionado con la correspondiente compra realizada a Locería Colombiana, consideró que el método de rotación de inventarios es más adecuado toda vez que las ventas al cliente no relacionado se diseminan en un periodo más corto, de tal suerte que la asignación de los gastos en las operaciones de venta en el territorio mexicano resulta ser más precisa. La Secretaría aceptó la propuesta y decidió calcular el precio de exportación reconstruido tomando como base un periodo de rotación de inventarios de cinco meses calculado por la empresa.

133. Conforme a lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE, la Secretaría consideró el precio de exportación neto de reembolsos y bonificaciones. La Secretaría estimó los montos relevantes según la información proporcionada por la empresa exportadora y su importadora relacionada.

134. De acuerdo con el artículo 50 del RLCE, la Secretaría dedujo del precio de exportación reconstruido todos los gastos en los que se incurrió entre la exportación de Locería Colombiana y la reventa de Locería Mexicana, incluido un monto por concepto de gastos generales de venta y administración y por gastos financieros. Adicionalmente, dedujo un monto correspondiente a la utilidad generada por la importación y distribución realizada por Locería Mexicana.

Deducciones al precio de exportación reconstruido

135. Conforme a lo dispuesto en los artículos 36 de la LCE, 50 párrafo segundo, 53 y 54 del RLCE y 2.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría aceptó deducir del precio de exportación reconstruido, en esta etapa de la investigación, los siguientes conceptos: gastos por embalaje, comisiones, flete interno (entrega de la mercancía al cliente no relacionado), gastos por concepto de material de exhibición y seguridad en el transporte, gastos generales de venta y administración, otros gastos de venta y administración, gastos financieros, flete del puerto a la bodega, impuesto *ad-valorem*, Derechos de Trámite Aduanero (DTA), gastos aduanales (tales como manejo y almacenamiento en puerto, seguridad y honorarios del agente aduanal) y flete y seguro externos de la República de Colombia a los Estados Unidos Mexicanos.

136. Adicionalmente, la Secretaría aceptó deducir del precio de exportación reconstruido un monto correspondiente a la utilidad por las actividades de importación y distribución de Locería Mexicana. En cada caso, la Secretaría aceptó la metodología y estimó los montos relevantes según la información proporcionada por las propias empresas.

Embalaje

137. Locería Colombiana indicó que en ocasiones Locería Mexicana tiene que “reempacar” el producto para venderlo al cliente no relacionado toda vez que el empaque de las mercancías llega maltratado por el manejo que se les da en los contenedores, razón por la cual, la importadora realiza un gasto adicional correspondiente a la compra de cajas de cartón.

138. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el volumen facturado de cada transacción por el factor que resulta de dividir el gasto total erogado por este concepto entre el volumen total de las ventas de Locería Mexicana en el periodo bajo análisis.

Comisiones

139. Locería Colombiana señaló que Locería Mexicana debe pagar un porcentaje correspondiente a las comisiones sobre las ventas netas para cubrir la remuneración de la fuerza de ventas. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el importe neto facturado de cada transacción por este porcentaje.

Flete de la bodega al cliente no relacionado

140. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el volumen facturado de cada transacción por el factor que resulta de dividir el gasto erogado por ese concepto entre el volumen total del producto investigado entregado a sus clientes no relacionados.

Material de exhibición y seguridad en el transporte

141. Locería Colombiana explicó que su importadora relacionada tiene como política corporativa el suministro de sistemas de exhibición en el punto de venta del producto investigado. Por esta razón, Locería Mexicana realiza un gasto por la compra de material de exhibición. Asimismo, indicó que por razones de seguridad en el transporte, Locería Mexicana debe emplear personal de escoltas para la entrega de la mercancía fuera del Distrito Federal.

142. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el volumen facturado de cada transacción por el factor que resulta de dividir los gastos erogados correspondientes a estos conceptos entre el volumen total del producto investigado entregado a sus clientes no relacionados.

Gastos generales de venta y administración

143. Locería Colombiana indicó que Locería Mexicana mantiene un contrato con una empresa independiente a la cual debe pagar por prestar servicios administrativos y logísticos relacionados con la recepción e internación de las mercancías importadas, el servicio de despacho, así como la administración de recaudos, servicios contables, de custodia, de seguros y almacenamiento de las mercancías.

144. De acuerdo con lo señalado en el punto anterior, Locería Mexicana paga a esa empresa independiente un porcentaje del valor de las ventas netas por los servicios prestados. De esta manera, el monto aplicable a cada transacción se obtuvo por medio de multiplicar ese porcentaje por el importe neto facturado de cada operación de venta en el mercado mexicano.

Otros gastos de ventas y administración

145. Locería Colombiana explicó que independientemente del porcentaje que debe pagar Locería Mexicana a la empresa que le presta los servicios que fueron mencionados en el punto 143 de esta resolución, existen otros gastos que son propios del control y de la operación comercial de Locería Mexicana tales como honorarios por servicios profesionales, muestras, publicidad y otros gastos de mercadeo, los cuales deben deducirse del precio de exportación reconstruido.

146. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción por medio de multiplicar el importe facturado de cada operación de venta en el mercado mexicano por un factor que resulta de prorratear el monto de los otros gastos de venta y administración entre el valor total de las ventas de Locería Mexicana, en el periodo bajo análisis.

Gastos financieros

147. Locería Colombiana indicó que Locería Mexicana no registra contablemente gastos financieros toda vez que la operación de su empresa relacionada es soportada financieramente por la matriz. Los gastos financieros que se registran en los estados financieros de Locería Mexicana son negativos, esto es, registran un ingreso neto.

148. Por la razón anterior, Locería Colombiana propuso considerar este ajuste igual a cero o bien, aplicar un ajuste por concepto de costo financiero implícito toda vez que las ventas de Locería Mexicana a sus clientes no relacionados involucran un plazo de pago determinado y este hecho aplaza la disponibilidad de recursos líquidos hasta el pago de la factura correspondiente.

149. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio de los certificados de la Tesorería de la Federación en el periodo bajo análisis. En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación reconstruido por concepto de costo financiero implícito, de acuerdo con la información y la metodología de cálculo proporcionada por la empresa.

Utilidad

150. La empresa calculó el monto de utilidad aplicable a cada transacción, multiplicando el importe facturado de cada operación de venta por el factor que resulta de dividir la utilidad antes de impuestos del estado de resultados entre el valor total de las ventas de Locería Mexicana en el periodo bajo análisis.

Flete del puerto a la bodega del importador

151. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción, por medio de multiplicar el volumen facturado de cada operación de venta en el mercado mexicano por un factor que resulta de prorratear el monto del gasto erogado entre el volumen total de las ventas de Locería Colombiana a Locería Mexicana en el periodo bajo análisis.

Impuesto ad valorem, DTA y gastos aduanales

152. La empresa indicó que usualmente las mercancías ingresan a aduanas bajo el régimen de depósito fiscal y luego las mercancías se extraen en la medida que la empresa importadora lo decide, momento en el cual Locería Mexicana liquida una serie de gastos tal como el impuesto *ad valorem* y se realiza el cambio al régimen de importación definitiva. Agregó que los gastos pueden cambiar toda vez que al realizarse la extracción se emplea un tipo de cambio diferente al que se usó en la factura de venta de Locería Colombiana a su relacionada, por lo que decidió tomar los valores que resultan de las operaciones de extracción y no los que se declararon al ingresar la mercancía.

153. De acuerdo con lo señalado anteriormente, la empresa calculó el monto de impuesto *ad valorem*, DTA y gastos aduanales aplicable a cada transacción por medio de multiplicar el importe facturado de cada operación de venta en el mercado mexicano por un factor que resulta de prorratear el monto de los gastos erogados correspondientes a estos conceptos entre el volumen total exportado a los Estados Unidos Mexicanos.

Flete y seguro externos

154. El exportador argumentó que el flete y el seguro externo son identificables con cada factura de exportación solamente en aquellos casos en los que la venta se efectuó en términos Costo Seguro Flete (CIF), situación que ocurrió hasta agosto de 2000. Posteriormente, la modalidad de exportación cambió a términos libre a bordo (LAB) y Locería Mexicana empezó a cubrir el pago de estos servicios en puerto al momento de internar la mercancía.

155. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción por medio de multiplicar el volumen facturado de cada operación de venta en el mercado mexicano por un factor que resulta de prorratear el monto de los gastos erogados por cada uno de esos conceptos entre el volumen total de las ventas de Locería Colombiana a Locería Mexicana.

Tipo de cambio

156. En lo referente al tipo de cambio de pesos mexicanos a dólares de los Estados Unidos de América, la empresa utilizó el tipo de cambio del día de la venta al cliente no relacionado para convertir el precio de venta al primer cliente no relacionado a dólares así como las deducciones descritas del punto 137 al 150 de esta Resolución.

157. Las deducciones descritas del punto 151 al 155 de esta Resolución, fueron convertidas a dólares de los Estados Unidos de América por medio de aplicar el tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar de los Estados Unidos de América del día de la fecha de la factura de Locería Colombiana a Locería Mexicana.

Ajustes al precio de exportación reconstruido

158. De conformidad con los artículos 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE y 2.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría ajustó el precio de exportación reconstruido por términos y condiciones de venta; en particular, por concepto de flete interno en la República de Colombia.

Flete interno de la fábrica al puerto de embarque

159. Locería Colombiana argumentó que este gasto fue realizado y contabilizado en pesos colombianos y su valor fue convertido a dólares de los Estados Unidos de América a la tasa de cambio del día en que se facturó la mercancía. De acuerdo con lo manifestado por la empresa, el gasto asciende al 0.1 por ciento del valor libre a bordo (LAB) de la mercancía exportada. El monto aplicable a cada transacción lo calculó la empresa por medio de multiplicar el volumen facturado de cada operación de venta en el mercado mexicano por un factor que resulta de prorratear el monto del gasto erogado entre el volumen total de las ventas de Locería Colombiana a Locería Mexicana en el periodo investigado.

Valor normal

160. La empresa reportó la información sobre las ventas internas en el mercado colombiano tanto para sus clientes relacionados como para los no relacionados. De conformidad con el artículo 32 párrafo primero de la LCE, la Secretaría excluyó las ventas realizadas por Locería Colombiana a sus clientes relacionados.

161. Para 129 de los 191 códigos de producto que se describen en el punto 129 de esta Resolución, Locería Colombiana reportó las ventas en su mercado interno de un código idéntico al exportado a los Estados Unidos Mexicanos.

162. A partir de la información proporcionada por la empresa, la Secretaría observó que estos 129 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de cantidad suficiente para determinar el valor normal que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

163. Para los restantes códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos a los cuales no se les encontró un código de producto idéntico vendido en el mercado colombiano o que aun siendo vendido, éste no cumplió con el requisito de cantidad suficiente para determinar el valor normal, la empresa propuso utilizar las ventas de un código similar.

164. La empresa explicó que no existen diferencias sustanciales en costos variables entre el producto propuesto como similar y el exportado a los Estados Unidos Mexicanos, por lo que no es procedente un ajuste por diferencias físicas. En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó la información proporcionada por la solicitante, a reserva de obtener mayores elementos durante la investigación.

165. Los códigos de productos vendidos en el mercado colombiano similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos también cumplen con el requisito de cantidad suficiente para determinar el valor normal que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping, por lo que la Secretaría estableció el valor normal para cada uno de los 191 códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos descritos en el punto 129 de esta Resolución, según el precio de venta en el país de origen, de conformidad con los artículos 31 primer párrafo de la LCE y 2.1 del Acuerdo Antidumping.

166. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los tipos de producto a los que se refiere el punto 129 de esta Resolución, a partir del precio promedio ponderado en kilogramos de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado colombiano; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas en dicho mercado por tipo de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Adicionalmente, con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

167. El valor normal se convirtió a dólares de los Estados Unidos de América con el propósito de poderlos comparar con el precio de exportación reconstruido a los Estados Unidos Mexicanos, mismo que está expresado en esa divisa. La empresa proporcionó la tasa representativa del peso frente al dólar de los Estados Unidos de América durante el periodo investigado, tomada del Banco de la República de Colombia.

Ajustes al valor normal

168. La empresa propuso ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular por los conceptos de gastos por garantías, asistencia técnica y servicios post-venta, comisiones y/o sueldos pagados a los vendedores, manejo de mercancías, flete interno de la fábrica al centro de distribución, flete interno del centro de distribución al cliente, crédito y publicidad. Asimismo, propuso ajustar el valor normal por diferencias en cargas impositivas y diferencias de precios en las ventas a distintos canales de comercialización.

169. De conformidad con los artículos 36 de la LCE, 54 del RLCE y 2.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría aceptó ajustar el valor normal únicamente por los siguientes conceptos relacionados con los términos y las condiciones de venta: comisiones y/o sueldos pagados a los vendedores, manejo de mercancías, flete interno de la fábrica al centro de distribución, flete interno del centro de distribución al cliente, crédito y publicidad y determinó desestimar los ajustes al valor normal por diferencias en las cargas impositivas y por diferencias de precios en las ventas a distintos canales de distribución por las razones que se describen del punto 182 al 185 de esta Resolución.

Comisiones y/o sueldos pagados a los vendedores

170. La empresa explicó que este gasto corresponde a la remuneración que se paga a los ejecutivos de ventas, gerentes de ventas y personal del área de soporte comercial. Indicó que este concepto incorpora un componente fijo y otro variable, no obstante, solicitó que se ajustara en su totalidad, toda vez que el personal que recibe este ingreso solamente vende en el mercado doméstico.

171. De conformidad con el artículo 54 del RLCE, la Secretaría únicamente ajustó el valor normal por el componente variable del gasto. De esta manera, el monto aplicable a cada transacción se calculó multiplicando el importe facturado de cada transacción por el factor que resulta de dividir el gasto que incorpora sólo el componente variable entre el valor total de las ventas domésticas de Locería Colombiana en el periodo investigado.

Manejo de mercancías

172. La empresa explicó que este gasto corresponde a los arrendamientos de bodegas y equipo de movimiento de carga, así como a los arrendamientos de oficinas en ciudades diferentes a la sede principal, con el objetivo de distribuir los productos en el mercado doméstico.

173. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el importe facturado de cada operación por el factor que resulta de dividir el gasto correspondiente por este concepto entre el valor total de las ventas domésticas en el periodo investigado. La Secretaría aceptó la información y metodología presentadas por la empresa.

Flete interno del centro de distribución al cliente

174. La empresa explicó que no es posible identificar este gasto para cada factura toda vez que en un mismo vehículo se cargan mercancías para diferentes clientes y que los traslados de mercancías involucran también productos que no son investigados. Por lo tanto, la empresa calculó los fletes del centro de distribución a los clientes a partir de la suma total de los fletes registrados contablemente en el periodo investigado entre las ventas internas totales de la empresa en el periodo investigado. El factor anterior lo multiplicó por el importe facturado de cada transacción para obtener el gasto aplicable a cada operación de venta. En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó la información y la metodología de cálculo proporcionada por la empresa.

Flete interno de la fábrica al centro de distribución

175. La empresa indicó que este gasto es anterior al señalado en el punto 174 de esta Resolución y que corresponde a un gasto que se identifica por separado en su contabilidad.

176. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el importe facturado de cada operación de venta por el factor que resulta de dividir el gasto por este concepto entre las ventas internas totales de la empresa en el periodo investigado. La Secretaría aceptó la información y metodología presentadas por la empresa.

Crédito

177. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio ponderada aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó la información y metodología presentadas por la empresa.

Publicidad

178. La empresa explicó que realiza publicidad por medio de una agencia especializada para promover sus ventas internas. Agregó que el presupuesto de publicidad y mercadeo se define como un porcentaje de las ventas esperadas y que se destina para promover la marca, los puntos de venta y las características de los productos frente a los de la competencia e indicó que este gasto no tiene relación con los gastos de garantías, asistencia técnica y servicios post-venta indicados en el punto 180 de esta Resolución.

179. La empresa calculó el monto aplicable a cada transacción al multiplicar el importe facturado de cada operación por el factor que resulta de dividir el gasto correspondiente a este concepto entre el valor total de las ventas domésticas en el periodo investigado. La Secretaría aceptó la información y metodología presentadas por la empresa.

Ajustes desestimados

Gastos por garantías, asistencia técnica y servicios post-venta

180. La empresa explicó que este rubro corresponde al gasto de promotoras de venta que la empresa contrata de manera temporal con empresas de servicios para que promuevan las ventas en los establecimientos de comercio de sus clientes; estos servicios son pagados por Locería Colombiana.

181. La Secretaría determinó desestimar este ajuste toda vez que de acuerdo con la explicación brindada por la empresa, el mismo no cumple con las características propias de un ajuste por pagos de servicios posteriores a la venta, de conformidad con el artículo 54 del RLCE.

Diferencias en cargas impositivas (impuesto de industria y comercio y ahorro en impuestos de aduana)

182. La empresa explicó que el impuesto de industria y comercio es un gravamen municipal que se liquida sobre las ventas internas y se paga mensualmente como un porcentaje de las ventas al por mayor y uno más sobre las ventas directas al detalle en sus propios puntos de venta. No obstante, la Secretaría determinó desestimar este ajuste en esta etapa del procedimiento toda vez que la empresa no identificó cada uno de los canales de venta señalados ni la base de la aplicación de dicho impuesto.

183. Adicionalmente, explicó que las importaciones de materias primas e insumos para la fabricación de productos para la exportación están exentas de impuestos de aduana siempre y cuando se formalice un contrato denominado "Plan Vallejo" mediante el cual un importador se compromete a exportar una determinada cantidad de productos elaborados con los materiales importados y que demuestre que dichos materiales se "reexportaron". Señaló que es procedente aplicar este ajuste por concepto de ahorro de

impuestos toda vez que los insumos incorporados a los productos vendidos nacionalmente no gozan de este beneficio.

184. La Secretaría reconoce que es procedente aplicar un ajuste como el mencionado en el punto anterior toda vez que afecta la comparabilidad de los precios, no obstante, la empresa no demostró que efectivamente el monto de los impuestos derivados de la importación de insumos asignado a las ventas internas corresponda al ahorro de impuestos. Adicionalmente, la empresa presentó este ajuste en forma conjunta con el señalado en el punto 182 de esta Resolución, a pesar de que la Secretaría le requirió que lo reportara por separado, hecho que le impidió a la autoridad cerciorarse de que la metodología empleada fuera consistente.

Diferencias de precios en las ventas a diferentes canales

185. La empresa exportadora solicitó ajustar el valor normal por diferencias de precios en las ventas a diferentes canales. No obstante, la Secretaría determinó desestimar este ajuste debido a que la empresa no explicó en forma clara y precisa la metodología de cálculo del mismo ni aportó elementos de prueba para demostrar que mantiene una política de precios diferenciada en función de los diferentes canales de distribución, de conformidad con el artículo 55 del RLCE.

Margen de discriminación de precios

186. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 128 al 185 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE y 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría determinó que las importaciones de vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica, clasificadas en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, provenientes de la empresa Locería Colombiana, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 6.73 por ciento.

Todos los demás exportadores

187. Para las demás empresas colombianas que no comparecieron en esta etapa de la investigación, con fundamento en los artículos 54 de la LCE y 6.8 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría estableció que el margen de discriminación aplicable a las vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica que se clasifica en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, es de 44.97 por ciento. Lo anterior con base en la información proporcionada por la solicitante y de acuerdo con la metodología que se describe en los puntos del 38 al 53 de la resolución de inicio de investigación, publicada en el DOF el 21 de enero de 2002.

República de Indonesia

PT Lucky y todos los demás exportadores

188. Para PT Lucky y las demás empresas exportadoras indonesias que no comparecieron en esta etapa de la investigación, con fundamento en los artículos 54 de la LCE y 6.8 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría estableció que el margen de discriminación aplicable a las vajillas de cerámica y piezas sueltas de cerámica que se clasifica en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, es de 182.05 por ciento. Lo anterior con base en la información proporcionada por la solicitante y de acuerdo con la metodología que se describe en los puntos del 65 al 82 de la resolución de inicio de investigación publicada en el DOF del 21 de enero de 2002.

Análisis de daño y causalidad

Análisis de similitud de producto

Normas técnicas

189. Las normas técnicas que aplican para el producto sujeto a investigación son: NOM-010-SSA1-1993 y NOM-050-SCFI-1994. La NOM-010-SSA1-1993 establece las cantidades límites de plomo y cadmio liberadas que deben cumplir los artículos de cerámica vidriada destinados a contener alimentos y bebidas. Se aplica a cualquier tipo de vidriado, coloreado o no, con decoración o sin ella, pudiendo presentarse ésta en el interior, exterior o en ambas partes; se aplica a los artículos cuyo vidriado es horneado a temperaturas desde 900°C. En caso de presentar una decoración, serán horneados a temperaturas desde 715°C. Las especificaciones para los límites máximos que establece la NOM-010-SSA1-1993 en términos de miligramos por litro o partes por millón para plomo y cadmio, respectivamente, son los siguientes: 7.0 y 0.50 en piezas planas; 5.0 y 0.50 en piezas huecas chicas; 2.5 y 0.25 en piezas huecas grandes; 2.5 y 0.25 en artículos para uso recreativo.

190. La NOM-010-SSA1-1993 es equivalente a las siguientes normas internacionales: ISO-6486/2-1998, Ceramic ware in contact with food release of lead and cadmiun-part: 2 permissible limits, y la ISO-7086/2-1981, Glassware and glass ceramic ware in contact with food release of lead and cadmiun-part: 2 permissible limits.

191. Por su parte, la NOM-050-SCFI-1994 tiene por objeto establecer la información comercial que deben de contener los productos de fabricación nacional o extranjera que se destinen a los consumidores en el territorio nacional y las características de dicha información.

Proceso productivo

192. Santa Anita señaló en la etapa de inicio que los insumos y proceso de fabricación utilizados en la elaboración del producto investigado y nacional son los mismos. La solicitante manifestó que las principales materias primas son: feldespato, sílica, arcilla, talco, dolomita, wollastonita, esmaltes, tintas y calcomanías. Los materiales usados para la fabricación del cuerpo son mezclados y triturados en molinos hasta formar una pasta. Posteriormente, los esmaltes son preparados mediante mezcla y trituración de los materiales en un molino hasta obtener una pasta acuosa con las características de tono y color especificadas. Los moldes se fabrican con una pasta de yeso que adoptan el diseño de la matriz. El pastelón (pasta acuosa con las características de tono y color especificadas) es triturado, compactado y acondicionado para remover las burbujas de aire en un extrusor.

193. Las empresas exportadoras señalaron que la formación de las piezas se realiza a partir de una rebanada de la pasta en máquinas de rolado de platos y tazas, las cuales son secadas para despegarlas del molde y, posteriormente, prepararlas para la cocción en los hornos. Las piezas secas son horneadas a temperaturas superiores para obtener una pieza lo suficientemente dura que pueda ser manipulada sin problemas en procesos posteriores, así como contraer suficientemente las piezas para el esmaltado. Las piezas son esmaltadas mediante diferentes procesos y pueden ser decoradas antes de ser horneadas por segunda ocasión. Posteriormente, las piezas son horneadas para fundir el esmalte en la pieza y darles las características de acabado que lo caracterizan como vítreo y cerámico. El proceso concluye con el empaquete de las piezas en cajas, ya sea de un mismo tipo de pieza o en vajilla (sets o juegos), dependiendo del tipo de producto o cliente. Al respecto, mencionó que su proceso de producción le permite obtener un producto colorido con costos bajos.

194. Los exportadores argumentaron que las diferencias en el proceso productivo determinan diferencias en las características del producto final, tanto en sus características como en sus acabados, que no los hacen ser comercialmente intercambiables. Mencionaron que los procesos productivos difieren en forma importante de acuerdo con: **i)** la composición del insumo arcilloso, el contenido de feldespato y el uso de wollastonita por parte de la solicitante; **ii)** el producto importado enfrenta un proceso de dispersión y el nacional un proceso de molienda; **iii)** los procesos de moldeado, dada su diferente plasticidad; **iv)** en el proceso de carga y operación de sus respectivos hornos; **v)** temperaturas, tiempos y procesos de cocción; **vi)** el proceso de estampado o decorado, y **vii)** medidas. Al respecto, Locería Mexicana señaló que las diferencias en la utilización de insumos, el secado, la cocción y el decorado de las piezas que importa originarias de la República de Colombia con respecto a las de producción nacional, hace que las primeras sean más económicas.

195. Por su parte, Locería Mexicana señaló que el proceso de fabricación de vajillas de cerámica es similar en todos los países donde se localicen plantas productoras y sus características son similares, pero dependiendo de la técnica de cada fabricante y la mezcla de materiales se obtienen diferentes calidades de productos cerámicos, unos más pesados resistentes al uso, otros más livianos y delgados y otros más absorbentes y más frágiles que son sensibles al despostillado.

196. Santa Anita considera que es irrelevante el hecho de que el proceso productivo de cada productor de vajillas de cerámica tenga características particulares o emplee mezclas diferentes de insumos básicos (arcillas y feldespatos) o use ciertos componentes especiales, ya que no convierten a cada vajilla en un producto distinto, desde el punto de vista de concepto de similitud.

197. A partir de la respuesta al requerimiento de información realizado a las empresas productoras no solicitantes, la Secretaría observó que El Anfora y Locería Jalisciense utilizan los siguientes procesos de fabricación:

- A.** De acuerdo con lo señalado por El Anfora, su proceso consiste en las siguientes etapas: fabricación de moldes de yeso, formado de piezas de la vajilla, tratamiento térmico, aplicación de esmalte, selección de calidad, decorado, clasificación, empaque y almacén. En cuanto a las materias primas, utiliza pastas de sílice, feldespato, arcillas y carbonatos; esmaltes de sílice, feldespato, caolín y wollastonita; y otros materiales auxiliares como óxido de aluminio, yeso y talco; para el decorado utiliza pigmentos inorgánicos.

- B.** El proceso productivo de Locería Jalisciense incluye las siguientes etapas: preparación de la pasta a base de arcillas, molienda, torneado de piezas, secado de piezas, horneado, aplicación de esmalte, esmerilado, clasificación de piezas, decorado y empaque. Las materias primas utilizadas consisten básicamente de pasta blanca porosa y pasta roja porosa, además de arcillas refractarias, caolín, feldespatos y arena sílica.

198. De acuerdo con lo descrito del punto 192 a 197 de esta Resolución, la Secretaría determinó que las diferencias en procesos productivos y, por ende, en técnica empleada por cada productor, insumos utilizados y costos no tienen impactos significativos sobre las características y composición sustantiva de las vajillas, de tal forma que afecten la similitud entre el producto objeto de investigación y el nacional. Lo anterior, en virtud de que tanto los productores extranjeros como los nacionales utilizan materiales arcillosos que deben de pasar por un proceso de molienda o mezclado, cocción u horneado y decorado, con lo cual se obtienen productos similares. Además, es importante señalar que la misma Locería Mexicana reconoce que el proceso de fabricación de vajillas de cerámica es similar en todos los países y que, dependiendo de la técnica y mezcla de materiales se obtienen diferentes calidades, lo cual no implica que los productos que resultan sean diferentes, ya que la calidad no es un elemento que determine la similitud de los productos en términos de lo que establece la legislación en la materia.

Funciones y usos

199. De acuerdo con lo manifestado por la solicitante, las vajillas y las piezas sueltas de vajillas de cerámica son bienes de uso final que se utilizan en el servicio de mesa; su función principal es la de contener alimentos (platos), bebidas calientes (tazas) y condimentos (sal, pimienta, azúcar, salsas, etc.). Estas mercancías tienen como función secundaria la de ser elementos decorativos en el área de comedor. Estos artículos pueden ser usados tanto en hornos convencionales como de microondas. Asimismo, indicó que los productos importados originarios de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia compiten entre sí y con el nacional, toda vez que tienen el mismo uso, cumplen la misma función y se comercializan en los mismos puntos de venta.

200. Las exportadoras señalaron que el grado de vitrificación en las vajillas es un aspecto fundamental por lo siguiente:

- A.** Existe una correlación directa entre el grado de vitrificación y los costos: a mayor vitrificación existe un mayor uso de insumos vitrificantes, mayor uso de equipos especiales y de tiempos de cocción. Como consecuencia, los productos difieren tanto en sus precios, como en características finales, lo que lleva a que los sectores que hacen un uso más intenso de las vajillas demanden un producto más vitrificado, a pesar de sus mayores precios.
- B.** Lo anterior propicia una segmentación de mercado en la que, si bien no existe una delimitación estricta, ésta es plenamente identificable. Los clientes naturales de producto vitrificado (producto nacional) son los sectores llamados institucionales, aunque no habiendo otra oferta nacional, es común ver stoneware en hogares mexicanos; en contraste, los hogares tienden a consumir, en razón de precios y de un uso menos intenso de la vajilla, preferentemente productos no vitrificados o semivitrificados, como el importado.

201. Derivado de lo anterior, las exportadoras consideraron que las vajillas stoneware fabricadas por Santa Anita son apropiadas para hoteles, restaurantes y cafeterías, mientras que el producto de las exportadoras resulta más aplicable en los hogares.

202. Locería Mexicana señaló que los productos importados corresponden a vajillas de loza, empacadas tanto en cajas de piezas sueltas como en estuches o conjuntos para el consumo de alimentos sólidos y líquidos principalmente en los hogares, aunque también pueden utilizarse en establecimientos públicos como restaurantes y cafeterías. Asimismo, Locería Mexicana indicó que existe una clara diferenciación entre el negocio de hogar y el de hotelería; indicó que el segmento popular basa fundamentalmente su decisión de compra en el precio bajo y como segundo aspecto en el diseño y la forma; el segmento alto considera principalmente el prestigio de la marca y las decoraciones exclusivas y costosas.

203. Santa Anita considera que la supuesta segmentación del mercado de vajillas, en el sentido de que las no vitrificadas o semivitrificadas (como el producto investigado) están orientadas al consumo en los hogares y que, las vitrificadas (de producción nacional) al segmento institucional, son apreciaciones no probadas e inaceptables en los hechos que, por tanto, la autoridad debe rechazar por ausencia de pruebas.

204. Al respecto, con base en la información disponible en el expediente administrativo, la Secretaría consideró que las vajillas objeto de investigación y las similares de producción nacional tienen los mismos usos y funciones y no tuvo elementos objetivos para determinar que por el grado de vitrificación se atiendan diferentes segmentos de mercado. En su lugar, y a partir de las ventas por cliente proporcionadas por las

partes interesadas y empresas productoras no solicitantes, sí se observó que tanto las vajillas importadas objeto de investigación como las de fabricación nacional atienden los mismos consumidores y llegan a los mismos mercados.

205. Asimismo, es importante señalar que Locería Mexicana reconoce que el producto colombiano se utiliza en establecimientos públicos, restaurantes, cafeterías y hogares, lo cual es consistente con el análisis de ventas por cliente referido en el punto anterior.

Vajillas de porcelana y productos con otros materiales

206. En el inicio de la investigación, la solicitante indicó que los productos sustitutos del producto investigado son las vajillas y piezas sueltas de vidrio, melamina, plástico y porcelana.

207. Al respecto, las exportadoras señalaron que en todo caso, existen productos cerámicos no considerados en la investigación que por sus características físicas y su proceso productivo guardan la misma semejanza, o más, con el producto nacional y el producto importado; tal es el caso de las vajillas de porcelana, por lo que no existe razón para excluirlas, máxime cuando en investigaciones precedentes la autoridad ha asumido que son productos similares.

208. Santa Anita indicó que nunca ha desconocido que las vajillas de porcelana son productos cerámicos que por sus características son similares a las vajillas de cerámica que su empresa fabrica; compiten en el mismo mercado y son intercambiables. No obstante, la solicitante señaló que la razón por la que no incluyó las vajillas de porcelana en la presente investigación obedeció a que la industria mexicana no produce este tipo de vajillas y no dispuso de información que le hiciera suponer que las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia hubieran exportado a los Estados Unidos Mexicanos vajillas de porcelana en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional.

209. Con base en los artículos 50 de la LCE, 75 del RLCE y 5 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría considera que es improcedente el alegato de las empresas exportadoras, ya que la solicitante no contó con información que le hiciera suponer que las importaciones de vajillas de porcelana originarias de las repúblicas de Ecuador, Colombia e Indonesia se estuvieran realizando en condiciones de discriminación de precios para incluirlas dentro del producto investigado. Sin embargo, para efectos del análisis de daño, la Secretaría incorporó las importaciones totales de vajillas de porcelana clasificadas en la fracción arancelaria 6911.10.01 de la TIGIE con el objeto de determinar el mercado nacional de vajillas de cerámica y productos similares. Al respecto, es importante mencionar que no se identificó producción nacional de vajillas de porcelana, de manera que no se altera la representatividad de la solicitante.

210. Las exportadoras indicaron que en caso de considerar que las vajillas y piezas sueltas de loza sean productos similares a los de producción nacional en razón de que comparten los mismos usos y funciones, entonces la Secretaría debía incluir las vajillas de otros materiales como plástico, melamina, vidrio y metal que también se utilizan en el servicio de mesa, su uso y función principal es para servir alimentos y contener condimentos y compiten con el producto nacional tanto como la locería importada. Además, indicaron que estos productos se incluirían en la investigación como lo ha hecho la autoridad en investigaciones anteriores, donde ha considerado la producción nacional y el mercado nacional como la suma de los productos que compiten entre ellos.

211. La Secretaría consideró improcedente la argumentación de las empresas exportadoras en el sentido de que debían incluir en la investigación las vajillas fabricadas en plástico, melamina, vidrio y metal por el solo hecho de tener los mismos usos o funciones que los investigados. Para que las vajillas de dichos materiales pudieran formar parte de la investigación deberían, por lo menos, tener características y composición semejante, situación que no se ha probado a partir de la información que han presentado las partes.

Similitud del producto

212. De acuerdo con lo señalado en los puntos 8 a 38 y del 189 al 211 de esta Resolución, la Secretaría determinó que las vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica originarias de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, y las de fabricación nacional tienen características y composición semejantes, lo que les permite cumplir con las mismas funciones y ser comercialmente intercambiables. En tal virtud, la Secretaría determinó que las vajillas y piezas sueltas clasificadas por la fracción arancelaria 6912.00.01 de la TIGIE y las vajillas y piezas sueltas de cerámica de fabricación nacional son similares, de conformidad con los artículos 37 fracción II del RLCE y 2.6 del Acuerdo Antidumping.

Análisis de mercado internacional

213. En la etapa de inicio la solicitante argumentó que uno de los principales productores de vajillas y piezas sueltas de cerámica en el mundo es la República Popular China, país del que difícilmente se encuentra información. No obstante, indicó que de los principales exportadores del producto investigado a los Estados Unidos Mexicanos son Locería Colombiana de la República de Colombia; Cerámica Andina de la República de Ecuador y Choice Tableware y PT Lucky de la República de Indonesia.

214. Con base en el catálogo de Locería Colombiana, al inicio de la investigación la Secretaría observó que esta empresa es una de las más grandes de América Latina, que a lo largo de la última década ha incursionado con éxito en numerosos países, convirtiéndose en una de las más competitivas y de mayor proyección en los mercados internacionales. Asimismo, en la respuesta al formulario oficial, se incluye información sobre el exportador de la República de Ecuador, donde se menciona que Cerámica Andina exporta sus productos a las repúblicas de Colombia, Chile, Federal de Alemania, Federativa de Brasil, Helénica, Perú, Portuguesa, El Salvador, Bolivariana de Venezuela y Oriental del Uruguay, Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte y Reino de Bélgica, y proyecta colocarlos en un corto plazo a otros importantes mercados.

215. La solicitante manifestó que debido al crecimiento de la producción y la fuerte competencia de las importaciones, principalmente de la República Popular China, los productores de la República de Indonesia se han visto forzados a buscar mercados de exportación que absorban los excesos de producción. Como consecuencia de la disminución de la demanda doméstica, los productores de ese país se han mostrado más agresivos en vender sus productos en el mercado de exportación. Asimismo, señaló que en 2000 la República de Indonesia utilizó únicamente un 75 por ciento de su capacidad de producción y que la producción en ese año fue de 201 millones de piezas. En 1999 y 2000 exportó aproximadamente el 50 por ciento de su producción y los Estados Unidos Mexicanos se ubicaron en el cuarto destino en importancia.

216. De acuerdo con las exportadoras y Locería Mexicana, todos los países del mundo utilizan vajillas y piezas sueltas de vajillas, con excepción de algunas regiones del sur de Asia (República de la India, República Islámica de Paquistán). Los principales países consumidores son Estados Unidos de América, República Federal de Alemania, República Francesa, Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República Italiana, Japón y República Popular China.

217. Los principales países productores de vajillas de cerámica son República Federal de Alemania, Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República Italiana, República Francesa, República Portuguesa, República Popular China, Sudeste Asiático, República de Indonesia, Estados Unidos de América, República Federativa de Brasil, República de Colombia, República de Ecuador y los Estados Unidos Mexicanos. Entre los tipos de vajillas de cerámica que fabrican se encuentran las de porcelana, loza stoneware y/o vidrio templado, según sea el caso, ya que el tipo vajilla que producen varía dependiendo del país. Asimismo, indicaron que las principales regiones reconocidas como exportadoras de vajillas las representan la República Popular China, Sudeste Asiático, Europa, Estados Unidos de América y Sudamérica. Los Estados Unidos Mexicanos no son reconocidos como país exportador.

218. En cuanto a los ciclos económicos, las exportadoras y Locería Mexicana señalaron que las vajillas de cerámica son productos orientados al consumo de hogar y culturalmente apropiados para regalos, por lo que los ciclos de venta se concentran en las épocas de festejo y navidad, generalmente hacia los meses de mayo y diciembre, siendo estas fechas internacionalmente celebradas.

219. Por lo que se refiere al comportamiento de los precios internacionales, las exportadoras y Locería Mexicana indicaron que la industria a nivel internacional ha venido experimentando un proceso de especialización en los últimos años debido al impacto que tienen los costos de mano de obra en el proceso de producción. Los países más desarrollados de Europa se concentran en vajillas de porcelana de alto precio para hogar y el segmento institucional, mientras que los del sur de Europa se concentran en la producción de loza de alto precio. Los países menos desarrollados, particularmente de América Latina, se han especializado en la oferta de productos de loza de precio intermedio. En relación con la competencia en la industria señalaron que se hace cada vez más intensa por cuanto las empresas exportadoras ofrecen cada vez mejores productos y con mayor grado de diferenciación en calidad y diseños.

Mercado nacional

Producción nacional

220. Con fundamento en los artículos 40 y 50 de la LCE, 60, 61 y 62 del RLCE; 4.1 y 5.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría analizó la representatividad del productor solicitante tomando en cuenta si fue importador del producto investigado; asimismo, analizó si la solicitud de investigación cuenta con el apoyo para ser considerada como hecha por la rama de producción nacional o a nombre de ella.

221. En la etapa de inicio de la investigación, Santa Anita señaló que se dedica a la producción, venta y comercialización de todo tipo de vajillas y piezas sueltas de artículos de cerámica, para mesa y cocina, tanto para el mercado nacional como el de exportación. Asimismo, manifestó ser miembro de la CANACINTRA, de la Confederación Patronal de México (COPARMEX), de la Sociedad Mexicana de Cerámica, A.C., y de la Sociedad Americana de Cerámica. De acuerdo con esta empresa, la industria nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas se encuentra conformada por Santa Anita, El Anfora, Porcelanas Foster, entre otros pequeños productores, quienes cuentan con una participación en la producción nacional del 66, 20, 1 y 12 por

ciento, respectivamente. Para acreditar la representatividad, la solicitante presentó cartas de febrero del 2001 de la CANACINTRA y la Sociedad Mexicana de Cerámica, A.C.

222. Para esta etapa de la investigación, la Secretaría realizó un requerimiento de información a las empresas productoras de vajillas no solicitantes, El Anfora y Locería Jalisciense, por medio del cual dichas empresas reiteraron su apoyo a la investigación promovida por Santa Anita.

223. Por su parte, las empresas exportadoras cuestionaron la representatividad de la solicitante argumentando que se debió considerar la participación en el mercado de diversos productos que compiten directamente con los fabricados y vendidos de producción nacional, así como su participación en el mercado. Lo anterior, en virtud de que, a su decir, ha sido práctica de la autoridad definir la producción y mercado nacional como la suma agregada de productos que compiten entre sí y son comercialmente intercambiables, independientemente de sus diferencias físicas y químicas, de manera que debía incluir las vajillas de porcelana, plástico, vidrio, melamina y metal, y en donde la solicitante no representa la parte principal de la producción nacional de conformidad con lo que establece la legislación en la materia.

224. En consecuencia con lo descrito en el punto 211 de esta Resolución, la Secretaría consideró que la petición de las empresas exportadoras de incluir dentro de la rama de producción nacional relevante la producción de vajillas de otros materiales y composición como plástico, vidrio, metal y melamina no es procedente. Asimismo, es importante aclarar que la práctica de la Secretaría no ha sido incluir dentro de la rama de la producción nacional relevante a todos los productos simplemente intercambiables sino aquéllos similares en términos de la legislación aplicable en la materia.

225. Por otra parte, a partir de la información proporcionada por CANACINTRA, se corroboró la participación de Santa Anita en la producción nacional de vajillas y piezas sueltas de cerámica del 66 por ciento, durante el periodo investigado. Asimismo, se observó que las empresas no solicitantes, El Anfora y Locería Jalisciense, registraron en el mismo periodo una participación del 15 y 1 por ciento, respectivamente, en tanto que el restante 18 por ciento lo conforman pequeños productores. En este sentido, la Secretaría determinó que no es procedente el argumento de las exportadoras referente a que la solicitante no es representativa de la producción nacional, en términos de lo establecido en los artículos 40 y 50 de la LCE, 60, 61 y 62 del RLCE y, 4.1 y 5.4 del Acuerdo Antidumping.

226. Por otra parte, las exportadoras indicaron que la solicitante no presentó una estimación confiable de la producción nacional total ni de la metodología utilizada, lo cual es causa suficiente para que la autoridad haya prevenido a la solicitante o declarado la improcedencia de la solicitud, en virtud de que la autoridad no cuenta con otra opción legal ni está facultada para suplir a la solicitante. A su juicio, la autoridad calculó la producción nacional sin bases reales, ya que partieron de la participación de Santa Anita en la producción nacional proporcionada por CANACINTRA, aplicó una regla de tres simple y obtuvo el resto, lo cual implica que se le atribuyó el comportamiento de Santa Anita a todo el mercado para todo el periodo analizado. De esta manera, las cifras de la autoridad no son representativas de la producción nacional, no se desprenden de una metodología técnicamente razonable, y no son confiables para la investigación.

227. Al respecto, Santa Anita argumentó que los exportadores y el importador desconocen que en una investigación antidumping la autoridad tiene una auténtica función indagatoria para cerciorarse de la práctica desleal de comercio internacional más allá de lo que afirmen las partes. Santa Anita señaló que aportó información y propuso un cálculo en términos del segundo párrafo del artículo 63 del RLCE. Si la autoridad investigadora se viera limitada a aceptar o rechazar la información que aportan las partes, se vería menoscabada la naturaleza de este tipo de investigaciones, además de que la autoridad no suplió una deficiencia sino que realizó un análisis prudente y razonable.

228. Es importante destacar que la Secretaría se aseguró que la determinación de daño fuera representativa de la situación de la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas de cerámica, lo cual fue acreditado por la solicitante en el inicio de la investigación a partir de las cartas de CANACINTRA y de la Sociedad Mexicana de Cerámica, A.C. A partir de esta información, la Secretaría consideró confiables las estimaciones reportadas por la Cámara y la Sociedad referidas de acuerdo con lo que establece en el artículo 63 del RLCE, razón por la cual considera improcedente el alegato de las exportadoras en el sentido de que se debió declarar la improcedencia de la solicitud, ya que la Secretaría no subsanó deficiencias de información, pues utilizó información proporcionada por la misma solicitante.

229. Asimismo, el alegato referente a que la estimación de la producción nacional no es representativa de la industria no es procedente, en virtud de que tan solo Santa Anita participó con el 66 por ciento de la producción nacional, y el hecho de que se haya aplicado este porcentaje en todo el periodo analizado representa información que la solicitante razonablemente tuvo a su alcance.

230. Es importante señalar que para esta etapa de la investigación, la Secretaría realizó las indagatorias correspondientes y utilizó la información proporcionada directamente por las empresas productoras no solicitantes y los porcentajes de participación proporcionados por CANACINTRA.

231. De acuerdo con lo descrito en el análisis de importaciones, la Secretaría observó que Santa Anita realizó importaciones de vajillas durante el periodo analizado; sin embargo, éstas importaciones fueron insignificantes y de orígenes diferentes a los países investigados.

232. Con base en lo descrito en los puntos 220 a 231 de esta Resolución, la Secretaría determinó que la solicitud satisface los requisitos establecidos en los artículos 40 y 50 de la LCE; 60, 61 y 62 del RLCE y 4.1 y 5.4 del Acuerdo Antidumping, en virtud de que la promovente está legitimada y es representativa de la rama de producción nacional similar, definida como vajillas y piezas suelta de vajilla de cerámica.

Consumidores y canales de distribución

233. Desde el inicio de la investigación, Santa Anita señaló que las vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica compiten entre sí por ser de la misma naturaleza y características físicas, y que van dirigidos al mismo consumidor final y utilizan los mismos canales de distribución, como son: tiendas de autoservicio, tiendas departamentales, tiendas de regalo, comercio libre, distribuidores mayoristas, aboneros, institucional, venta promocional y de catálogo, tianguis y ferias, y cristalerías. Indicó que aun cuando el producto investigado fue importado por distribuidores, abastece al mismo tipo de consumidor final y se comercializa en los mismos puntos de venta que el producto nacional. Agregó que durante el año existen dos temporadas en las que aumentan las ventas de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, marzo y octubre.

234. Uno de los productores nacionales no solicitantes manifestó que destina su producción a tiendas departamentales, autoservicios, mayoristas e institucional (hoteles y restaurantes). La otra productora nacional no solicitante indicó que dirige su producto básicamente a mayoristas.

235. Por otra parte, las exportadoras argumentaron que el número de hogares pequeños se ha incrementado, lo que hace que la demanda se reoriente a composiciones de vajillas de menor número de piezas y piezas sueltas, en los siguientes términos:

- A.** Los autoservicios siguen siendo el mayor canal de ventas de los productos de estilo casual e informal, con más del 50 por ciento de las ventas de artículos relacionados. En el mercado nacional, un factor que está dominando las ventas es la pieza suelta.
- B.** Las ventas al detalle siguen siendo el canal de mayor venta de productos de servicio de mesa, pero los distribuidores mayoristas siguen teniendo una participación alta en los canales de distribución.
- C.** En orden de importancia le sigue el canal de ventas por tiendas departamentales y tiendas especializadas.

236. Por su parte Locería Mexicana indicó que existe una clara diferenciación entre el negocio de hogar y el de hotelería, donde se distinguen los segmentos de mercado popular, medio y alto.

237. A partir de la información proporcionada por las partes interesadas y productoras nacionales no solicitantes, se concluye que tanto el producto objeto de discriminación de precios como el nacional se dirigen a través de los mismos canales de distribución para atender a los mismos consumidores. Ambos productos se destinan a distribuidores, autoservicios, tiendas especializadas, restaurantes y hoteles, entre otros, en los términos previstos en el artículo 65 del RLCE.

Análisis de daño y causalidad

238. Con fundamento en el artículo 3.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría evaluó la magnitud del margen de discriminación de precios y su repercusión sobre la rama de la industria nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica.

Importaciones objeto de discriminación de precios

239. De conformidad con lo previsto en los artículos 41 de la LCE; 64 del RLCE, 3.1 y 3.2 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría analizó si las importaciones investigadas registraron un aumento significativo en términos absolutos, en relación con la producción o el consumo. Por otra parte, debido a que la investigación se refiere a la importación de más de un país de origen, con fundamento en los artículos 43 de la LCE, 64 del RLCE, 3.3 y 5.8 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría evaluó si el margen de discriminación de precios es mayor al de mínimos; que el volumen de las importaciones investigadas no sea insignificante, y la existencia de competencia entre los productos importados y el nacional similar, con el objeto de determinar la procedencia de evaluar cumulativamente los efectos de las importaciones de los diversos países de origen en conjunto.

240. En la etapa de inicio de la investigación, Santa Anita señaló que procedía la acumulación de las importaciones de los países denunciados; además, de que en todos los casos se trata de importaciones significativas y de ninguna manera de carácter aislado o esporádico; estas mercancías individual y conjuntamente, tienen un efecto adverso identificable sobre la producción nacional.

241. Por su parte, las exportadoras argumentaron que no se probó de manera pertinente la legal procedencia de la acumulación, ya que la autoridad no probó que las operaciones de importación se hayan efectuado con un margen superior al de mínimos, además de que no revisó ni valoró la información, los

argumentos y las pruebas de las partes interesadas. Señalaron que los productos de importación y los de fabricación nacional no pueden competir entre ellos porque no son mercancías idénticas ni similares. Pero si la autoridad no está convencida de estos argumentos, debe aceptar entonces que los productos que se importan de las repúblicas de Indonesia, Colombia y Ecuador compiten no sólo con los fabricados por el productor solicitante, sino por toda la industria nacional que fabrica otros bienes igualmente similares a las vajillas stoneware de Santa Anita.

242. Al respecto, la Secretaría considera que el argumento de la parte exportadora no es procedente y coincide con lo manifestado por Santa Anita, ya que a partir de la información que proporcionó esta empresa y que razonablemente tuvo a su alcance para solicitar esta investigación, la autoridad observó que los márgenes de discriminación de precios fueron superiores al de mínimos, el volumen de importaciones no fue insignificante y se muestra la competencia entre el producto importado y el nacional similar. Lo anterior, permitió a la Secretaría determinar de manera inicial la procedencia de acumular las importaciones originarias de las repúblicas de Ecuador, Colombia e Indonesia.

243. No obstante, en esta etapa de la investigación y con información directamente proporcionada por las partes interesadas, la Secretaría observó lo siguiente:

- A.** El margen de discriminación de precios fue mayor que de mínimos para las importaciones de las repúblicas de Colombia e Indonesia. En el caso de importaciones originarias de la República de Ecuador no se encontró preliminarmente margen de discriminación de precios. Lo anterior como se describe en los puntos 126, y 186 a 188 de esta Resolución.
- B.** Las importaciones originarias de las repúblicas de Ecuador, Colombia e Indonesia registraron participaciones del 12, 22 y 11 por ciento, respectivamente, con respecto al total de las importaciones de vajillas y piezas sueltas de cerámica y porcelana, es decir, las realizadas por las fracciones arancelarias 6912.00.01 y 6911.10.01 de la TIGIE conforme a lo señalado en el punto 209 de la presente Resolución.
- C.** La existencia de competencia entre los productos importados de las repúblicas de Ecuador, Colombia e Indonesia con respecto a las vajillas de producción nacional, como se describe en el apartado de similitud de producto.

244. De acuerdo con lo descrito en el punto anterior y conforme a los artículos 43 de la LCE, 64 del RLCE, 3.3 y 5.8 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría determinó de manera preliminar que es procedente evaluar cumulativamente los efectos de las importaciones de las repúblicas de Colombia e Indonesia. Las importaciones originarias de la República de Ecuador no se incluyen en la evaluación anterior toda vez que la Secretaría determinó de manera preliminar que no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

245. Por otra parte, las empresas exportadoras manifestaron su inconformidad por el factor de conversión utilizado en el inicio de la investigación, argumentando que se partió de la conversión de kilogramos a piezas para determinar los indicadores económicos y para calcular los precios de la producción nacional donde se supone que siempre 20 piezas de vajilla son equivalentes a 8 kilogramos. De esta manera, al convertir kilogramos en piezas se obtienen precios promedio de agregados cuyas mezclas difieren y se llega a conclusiones altamente vulnerables, cuyos indicadores adversos solamente reflejan dificultades de conversión y no un verdadero daño a la industria nacional.

246. Santa Anita señaló que los exportadores pretenden confundir a la autoridad haciéndole creer que las conclusiones a las que llegó inicialmente sobre el daño a la industria nacional son resultado de la metodología de conversión utilizada. Señaló que dicho factor se utilizó únicamente para convertir en piezas las importaciones, ya que todos los indicadores económicos de la industria se reportaron en piezas. La conversión de kilogramos a piezas de las importaciones en nada afectó la determinación de la autoridad investigadora respecto al comportamiento de las importaciones y el efecto de éstas en la producción nacional. Además, en el caso particular del análisis sobre precios, los exportadores argumentaron, pero no proporcionaron un procedimiento alternativo ni información que desvirtúe las conclusiones a las que llegó la Secretaría.

247. Locería Colombiana señaló que la autoridad utilizó incorrectamente la conversión y que para corregir la distorsión se debe requerir a la solicitante el peso de todos los tipos de vajillas que fabrica y realizar un promedio ponderado del peso. De esta manera, se obtendría un promedio real del peso de una vajilla de 20 piezas. Adicionalmente, señalaron que los errores de conversión de unidades están relacionados con otro problema metodológico: la determinación de precios sin la definición de mezclas comparables de productos.

248. Al respecto, la Secretaría considera pertinente aclarar que la información correspondiente a los indicadores económicos de la industria nacional fueron proporcionados en piezas, de manera que no utilizó el

factor de conversión para dichos indicadores. El factor de conversión se utilizó en las transacciones correspondientes a volumen de importaciones.

249. Para esta etapa, la Secretaría estimó el volumen de importaciones con base en el listado de pedimentos del Sistema de Información Comercial de México (SICMEX), la información proporcionada por Cerámica Andina, Vitrocrisa, Locería Colombiana y Locería Mexicana, así como las respuestas a requerimientos realizados a los agentes aduanales, con el objeto de obtener el total de las importaciones de vajillas y piezas sueltas de cerámica registradas por la fracción arancelaria 6912.00.01 de la TIGIE, correspondientes al periodo analizado de julio de 1998 a junio de 2001, en los siguientes términos:

- A.** Para el caso de la República de Colombia, las importaciones del periodo investigado se obtuvieron de la base de importaciones proporcionada por Locería Mexicana, cotejada con las copias de pedimentos y facturas y la base de pedimentos del SICMEX. Para los dos periodos anteriores al investigado, se consideró la base de pedimentos de importación del SICMEX, a la cual se le aplicó el factor de conversión de kilogramos a piezas obtenido a partir de la base de ventas a los Estados Unidos Mexicanos proporcionada directamente por la empresa Locería Colombiana.
- B.** Las importaciones originarias de la República de Ecuador correspondientes al periodo investigado y el similar previo se obtuvieron a partir de la base de pedimentos del SICMEX; esta información se cotejó con copias de pedimentos y facturas que representaron el 95 y 88 por ciento, respectivamente, del total de las importaciones de la República de Ecuador de dichos periodos. De esta información se obtuvo un factor promedio que se aplicó al resto de las transacciones para las cuales no se contó con copia de pedimento y facturas. Para el periodo de julio de 1998 a junio de 1999, a los pedimentos del SICMEX se le aplicó un factor de conversión promedio, obtenido a partir de las transacciones de las que se contó con pedimento y factura.
- C.** En el caso de las importaciones originarias de la República de Indonesia se siguió el mismo procedimiento descrito en el inciso B anterior, sin embargo, en este caso se obtuvo el 90 por ciento de importaciones en piezas en el periodo investigado y el 84 por ciento en el periodo previo al investigado.
- D.** Las importaciones originarias de la República Popular China se obtuvieron de acuerdo con el mismo procedimiento descrito en el caso de la República de Ecuador; sin embargo, en este caso se obtuvo el 64 por ciento de importaciones en piezas en el periodo investigado y el 61 por ciento en el periodo previo al investigado.
- E.** Para el resto de las importaciones se obtuvieron las cifras del listado de pedimentos del SICMEX y se les aplicó el factor de conversión propuesto por Santa Anita.

250. Asimismo, es importante señalar que las importaciones de vajillas y piezas de porcelana, clasificadas en la fracción arancelaria 6911.10.01 de la TIGIE, se obtuvieron del listado de pedimentos del SICMEX, a las cuales se les aplicó el factor de conversión propuesto por Santa Anita.

251. De acuerdo con lo descrito en los dos puntos anteriores, la Secretaría observó que las importaciones totales de vajillas de cerámica mostraron una tendencia creciente en el periodo analizado al pasar de 11 millones de piezas en julio 98-junio 99 a 35 millones de piezas en el periodo investigado, lo cual indica una tasa de crecimiento del 218 por ciento en dicho periodo. Este crecimiento se explica principalmente por las importaciones que ingresaron por la fracción arancelaria 6912.00.01 de la TIGIE, ya que incrementó su participación en el volumen total importado al registrar porcentajes del orden del 54, 76 y 82 por ciento en el periodo julio 98-junio 99, el similar posterior y el periodo investigado, respectivamente.

252. Al inicio de la investigación, Santa Anita señaló que a partir del primer semestre de 2000 se empezó a observar en el mercado mexicano la presencia del producto importado a precios discriminados y, como consecuencia, los precios subvaluados han ocasionado un incremento muy fuerte en el nivel de importaciones durante el periodo investigado. Argumentó que el volumen de la importación acumulada se incrementó en términos absolutos en el periodo investigado. Señaló que la tendencia creciente de la importación investigada desplazó la de otros orígenes.

253. Los exportadores señalaron que si bien es cierto que las importaciones investigadas han crecido a partir del año 2000, no es razón para concluir que éstas sean causantes de un daño en la producción nacional, pues su volumen no es lo suficientemente representativo. En lo particular y por el contrario de lo señalado, la participación de las exportaciones de vajillas colombianas ha crecido moderadamente en los últimos tres años, pues si se suman las importaciones de porcelana como parte del total de vajillería importada, la participación de las importaciones colombianas estaría lejos de deparar en un daño a la producción nacional. Al respecto, es importante señalar que para llegar a una determinación positiva o negativa de daño, la Secretaría no evalúa únicamente el comportamiento de las importaciones, ya que analiza de manera conjunta e integral todos y cada uno de los factores descritos en la legislación aplicable en la materia.

254. Por otra parte, la Secretaría observó que las importaciones objeto de discriminación de precios originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, mostraron un comportamiento creciente en el periodo analizado al pasar de 1 millón de piezas en julio 98-junio 99 a 11 millones en el periodo investigado, este incremento reflejó tasas de crecimiento de 117 por ciento en el periodo investigado con respecto al anterior y de 357 por ciento en el periodo julio 00-junio 99 con respecto al similar anterior. Asimismo, al analizar el comportamiento de las importaciones objeto de discriminación de precios con respecto a las importaciones totales de cerámica clasificadas en las fracciones arancelarias 6912.00.01 y 6911.10.01 de la TIGIE, se registró una participación creciente del orden del 11, 24 y 33 por ciento, respectivamente, en los periodos julio 98-junio 99, el periodo similar posterior y el periodo investigado.

255. Al inicio de la investigación, Santa Anita señaló que las importaciones originarias del resto de países no fueron la causa del daño alegado, ya que se trata de importaciones diversificadas provenientes de varios países proveedores que concurren al mercado mexicano a precios generalmente por arriba de los que registran las importaciones investigadas y del propio precio nacional, salvo las originarias de la República Popular China.

256. De acuerdo con lo descrito en el punto anterior, Santa Anita manifestó que si bien en el periodo propuesto a investigación las importaciones de la República Popular China ocuparon el primer lugar dentro de todas las importaciones por país, ello se explica en buena parte debido a que dichas mercancías se han orientado a un segmento de mercado donde la participación de la producción nacional está limitada, al tratarse de promociones comerciales que se basan en pedidos extraordinarios de gran volumen. Así, por ejemplo, en el primer semestre de 2001, el principal importador de vajillas chinas fue una empresa que adquirió los productos por encargo de empresas embotelladoras de refrescos para una campaña de promoción.

257. Por otra parte, Locería Colombiana indicó que las importaciones de vajillas procedentes de la República Popular China pudieron ser la causa del daño alegado por la solicitante, ya que no es un hecho probado que el producto chino esté orientado únicamente al sector de promociones comerciales, pues el tamaño de este sector no explica el volumen de más de 4,000 toneladas importadas desde dicho país en el periodo investigado, equivalente a 31 por ciento del total de las importaciones y, aun cuando las importaciones de vajillas chinas se destinaran en su mayor parte a negocios promocionales, esto también implica una sustitución en el consumo de vajillas en los hogares, pues el consumidor que recibe una vajilla de regalo ya no tiene la necesidad de acudir al comercio formal para satisfacer esta necesidad.

258. Al respecto, la información disponible indica que estas importaciones concurren al mercado mexicano a precios mayores que los de la producción nacional, tomando en cuenta que están sujetas a una cuota compensatoria. Según Locería Colombiana, la presencia de las importaciones chinas tenderían a inhibir el consumo general, situación que no se observa con el comportamiento creciente de las importaciones objeto de discriminación de precios.

259. En su réplica Santa Anita señaló que el incremento de las importaciones investigadas no fue el único elemento considerado por la autoridad para determinar el daño a la industria nacional. Las exportadoras, al querer desacreditar dicho crecimiento argumentando que las importaciones de las repúblicas Federativa de Brasil y Popular China representaron el 45 por ciento del total importado, olvidan que las importaciones de la República Popular China están sujetas a una cuota compensatoria, lo cual contrasta el efecto de la discriminación de precios.

260. La Secretaría observó que las importaciones de vajillas de cerámica (porcelana y otras) originarias de la República Popular China se incrementaron en el periodo investigado 4 por ciento. Por otra parte, al analizar su participación en el volumen total de las importaciones, se observó que en el periodo analizado las vajillas chinas perdieron participación de 10 puntos porcentuales al pasar de 32 por ciento en julio 98-junio 99 al 22 por ciento en el periodo investigado.

261. De acuerdo con el listado de pedimentos del SICMEX, la Secretaría constató que en el periodo previo al investigado una empresa embotelladora realizó importaciones que representaron el 67 por ciento de las importaciones totales originarias de la República Popular China y el 45 por ciento en el periodo investigado.

262. Por otra parte, al analizar las importaciones de vajillas de cerámica no objeto de discriminación de precios en la presente investigación, incluyendo a las de la República Popular China, se observaron crecimientos del 40 por ciento en el periodo investigado y del 69 por ciento en el periodo julio 99-junio 00 con respecto al similar anterior; sin embargo, y debido al crecimiento aún mayor por parte de las importaciones acumuladas de las repúblicas de Colombia e Indonesia, se registró una tendencia decreciente en su

participación dentro del total importado de vajillas de cerámica del orden del 89 al 67 por ciento en el periodo julio 98-junio 99 al investigado.

263. Asimismo, Locería Colombiana indicó que las importaciones originarias de la República Federativa de Brasil realizadas por Santa Anita también pudieran explicar el daño que alega y que no demostró que sus importaciones no fueran la causa de daño alegado, ya que registraron una tendencia creciente a precios similares o inferiores a los investigados. Al respecto, Locería Mexicana señaló que Santa Anita fue una de las principales importadoras del producto investigado.

264. Al respecto, Santa Anita señaló que las importaciones que realizó en el periodo investigado sólo representaron el 1.34 por ciento del total importado en ese periodo, importaciones que de ninguna manera pueden ser la causa del daño alegado. Indicó que no tiene información que le haga suponer que las importaciones originarias de la República Federativa de Brasil se estén efectuando en condiciones de discriminación de precios.

265. La Secretaría considera que las importaciones realizadas por la empresa solicitante no son la causa del daño alegado, en virtud de que en el periodo investigado no realizó importaciones originarias de los países objeto de discriminación de precios, sino de la República Federativa de Brasil, las cuales se consideran insignificantes al representar el 0.67 por ciento del volumen total importado de vajillas de cerámica.

266. Locería Colombiana mencionó que la autoridad ha subestimado la participación de la oferta procedente de la República Popular China, toda vez que no ha incluido en su análisis a toda la gama de vajillería cerámica hasta ahora excluida (porcelana), ni de vajillería no cerámica (vidrio, metal, plástico y melamina). En estos otros rubros, la oferta china compite en forma directa con el productor nacional, situación no considerada por la autoridad investigadora. Al respecto, es importante señalar que en esta etapa de la investigación, y tal como se explica en los puntos 209 y 211 de esta Resolución, para efectos de estimar el mercado y la participación de los productos similares en el mismo, la Secretaría incluyó las importaciones correspondientes a vajillas de porcelana y no existieron elementos para incluir las vajillas de vidrio, plástico, metal y melamina.

267. La solicitante señaló que el crecimiento de las importaciones investigadas en el Consumo Nacional Aparente del periodo julio 98-junio 99 al periodo investigado, se reflejó en un notable incremento de su participación en el mercado mexicano y con respecto a las ventas internas de la producción nacional.

268. Locería Colombiana señaló que el comportamiento creciente de las importaciones de vajillas responde a una dinámica de mercado y no puede atribuirle tal comportamiento solamente a las vajillas originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia.

269. Para analizar el comportamiento de las importaciones en el Consumo Nacional Aparente, la Secretaría sumó las importaciones de vajillas de cerámica clasificadas en las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la TIGIE, de acuerdo con lo descrito en los puntos 249 y 250 de esta Resolución, más la producción nacional de vajillas de productos similares en los términos indicados en los puntos 212 y 232 de la misma y restó las exportaciones de vajillas de cerámica.

270. Al respecto, la Secretaría observó que las importaciones objeto de discriminación de precios originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, incrementaron su participación en el periodo analizado en 11 puntos porcentuales, al registrar participaciones del 2 y 13 por ciento en los periodos de julio 98-junio 99 y el periodo investigado. Con respecto a la producción nacional las importaciones objeto de discriminación de precios se incrementaron 19 puntos porcentuales en el periodo analizado con participaciones del 2 y 21 por ciento en los periodos referidos.

271. Por su parte, las importaciones de vajillas de cerámica no objeto de discriminación de precios en la presente investigación también incrementaron su participación en el periodo analizado 11 puntos porcentuales, al registrar participaciones del 15 y 26 por ciento entre el periodo julio 98-junio 99 y el periodo investigado. Es importante destacar que en éstas últimas importaciones se incluyen las procedentes de la República Popular China, las cuales están sujetas a cuotas compensatorias al acreditarse que se realizaron en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional de acuerdo con la resolución publicada en DOF el 25 de mayo de 1992. En total, las importaciones tanto de las repúblicas de Colombia, Indonesia y Popular China representaron el 55 por ciento de las importaciones totales de vajillas de cerámica.

Efectos sobre los precios

272. De conformidad con los artículos 41 de la LCE, 64 de su Reglamento y 3.2 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría analizó el comportamiento y la tendencia de los precios de las importaciones investigadas, y si éstos mostraron una disminución en el periodo investigado o si fueron inferiores al resto de las importaciones

y al precio de venta del producto similar; si el efecto de las importaciones investigadas fue deprimir los precios internos o impedir el alza que en otro caso se hubiera producido, y si el nivel de precios es factor determinante para explicar el comportamiento de las mismas en el mercado nacional.

273. La solicitante señaló que en el periodo investigado el precio medio de las importaciones acumuladas disminuyó y se ubicó en 42 por ciento por debajo del precio medio del resto de las importaciones (sin incluir a la República Popular China) y un precio de venta considerablemente inferior al precio promedio del producto nacional, en especial frente a los precios de Santa Anita.

274. Por otra parte, la solicitante señaló que la competencia desleal de las importaciones acumuladas provocó no sólo una contención en los precios nacionales sino una disminución en términos reales. Indicó que el bajo nivel de precios a los que concurren las importaciones acumuladas fue un factor determinante para explicar el comportamiento y la participación de las mismas en el mercado nacional, situación que llevó a la industria nacional a bajar sus precios ocasionando un deterioro en su situación financiera.

275. En esta etapa de la investigación, una de las empresas productoras no solicitantes manifestó que en la última década la competencia se ha centrado más en precios bajos y menos en diseño, marca y calidad. Agregó que la entrada al mercado mexicano de los productos investigados los obligó a bajar aún más sus precios y que incluso había recibido cotizaciones de producto investigado a un nivel de precios con el que no puede competir. Por su parte, otra productora nacional no solicitante manifestó que las importaciones investigadas ocasionaron distorsiones en los precios internos que ha repercutido en una baja muy importante en la producción.

276. Locería Colombiana mencionó que la autoridad no analizó los altos precios de la solicitante en relación con los precios internacionales de productos similares, ya que al encontrarse por arriba de estos últimos han tenido que ajustarlos a la baja. Por otro lado, indicó que la República Popular China sigue siendo el principal competidor del producto nacional pese a las cuotas compensatorias.

277. Locería Colombiana señaló que el análisis de precios que realizó la autoridad es engañoso debido a los cambios en la mezcla de productos que lleva a modificaciones en las tendencias y niveles de precios. Asimismo, indicó que este efecto distorsionante es mayor al mezclar productos de distintos oferentes y ser tratados indistintamente como kilogramos de cerámica.

278. Señaló que la Secretaría debe comparar producto a producto el precio nacional y el de importación, en virtud de que al comparar por kilogramos se llega a conclusiones equívocas, como puede observarse de acuerdo con las estadísticas del Banco Central de Colombia debido a que los precios de importación de los productos chinos son los más bajos aun con la cuota compensatoria.

279. Locería Colombiana indicó que sus exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos no afectaron a los precios nacionales ya que los importadores compiten con precios que no están deteriorados, que tampoco presentan tendencias a la baja, y que lo que la autoridad identifica como elemento demostrativo de daño en realidad se explica a partir de que los costos en los que incurre la solicitante son sensiblemente superiores a los costos en los que incurre la exportadora, lo cual se refleja en el precio promedio por pieza a nivel ex works. Asimismo, manifiesta que no es exacto el análisis comparativo de precios por piezas que realiza la autoridad, toda vez que dicho análisis omite las importantes diferencias en costos que presentan los procesos productivos de la solicitante, comparados con los de las exportadoras.

280. Por otra parte, Locería Colombiana comentó que es fundamental tomar en cuenta el comportamiento del tipo de cambio real cuyo índice a la baja durante el periodo de investigación refleja una apreciación real del peso, por lo que como una evolución lógica del mercado las importaciones de todos los productos, incluyendo las vajillas, resultaron baratas. Además, indicó que los altos precios del producto mexicano dejan amplio margen para que los importadores no deterioren sus precios, situación que se agrava por la revaluación cercana al 10 por ciento que ha tenido el peso mexicano en los últimos años.

281. Por su parte, Santa Anita señaló que los argumentos de la parte exportadora deben ser desestimados por la autoridad investigadora en virtud de que se limitan a una serie de supuestos sin información, pruebas que lo acrediten, factor de conversión y metodología alterna a la proporcionada por la solicitante.

282. Con base en lo descrito en los puntos 249 y 250 de esta Resolución, en esta etapa preliminar de la investigación la Secretaría obtuvo los precios de importación tanto en piezas como en kilogramos al cotejar las bases de pedimentos de importación con las copias de los pedimentos y facturas, en los siguientes términos:

- A.** Los precios en piezas obtenidos del listado de pedimentos de importación se consideran razonables, en virtud de que las transacciones que se cotejaron documentalmente registraron porcentajes representativos del 90 por ciento o más en el caso de los países investigados.

- B.** Para obtener los precios de importación de la República de Colombia se consideraron las ventas al cliente no relacionado de Locería Mexicana en el periodo investigado (dada su vinculación con la exportadora Locería Colombiana) a los cuales se les restó fletes y seguros para llevarlos a la bodega del importador. Para el periodo previo al investigado, los precios de importación se calcularon a partir de dos fuentes, las ventas al cliente no relacionado de Locería Mexicana puestos en su bodega y el listado de pedimentos de información del SICMEX (más gastos de internación como arancel, derecho de trámite aduanero, gastos de agente aduanal y flete promedio de la frontera al Distrito Federal obtenido a partir de la información de Locería Mexicana). Los precios correspondientes al periodo julio 98-junio 99 se obtuvieron del listado de pedimentos de importación más los gastos de internación ya mencionados.
- C.** Con el objeto de hacer comparables los precios de importación con los precios de las vajillas de producción nacional, a las importaciones originarias de la República de Indonesia se le agregaron los gastos de internación, como arancel, derecho de trámite aduanero, gastos de agente aduanal y el flete promedio de la frontera al Distrito Federal (obtenido a partir de la información de Locería Mexicana, ya que no se dispuso de información específica de importadores de Indonesia).
- D.** Los precios de las importaciones originarias del resto de los países se obtuvieron del listado de pedimentos de importación más los gastos de internación referentes a arancel, derecho de trámite aduanero y gastos de agente aduanal.

283. A partir de lo descrito en el punto anterior, la Secretaría observó que los precios promedio en piezas de las importaciones objeto de discriminación de precios originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, mostraron una disminución de 30 por ciento en el periodo julio 99-junio 00 con respecto al registrado en el periodo inmediato anterior y un incremento de 11 por ciento en el periodo investigado. Este último incremento se explica básicamente por la mayor participación de la República de Colombia que ofreció precios superiores a los de la República de Indonesia.

284. Sin embargo, al analizar los precios de los países investigados se observó que en el caso de la República de Colombia se registró un incremento del 14 por ciento en el periodo julio 99-junio 00 y una caída del 6 por ciento en el periodo investigado. Por su parte, las importaciones originarias de la República de Indonesia mostraron una caída del 51 por ciento en el periodo julio 99-junio 00 y mantuvieron su nivel en el periodo investigado.

285. Es importante mencionar que los precios de las importaciones objeto de discriminación de precios expresados en dólares por kilogramos, mostraron un comportamiento similar al que se describe en los dos puntos anteriores, de manera que la tendencia a la baja no se explicó por la mezcla de productos, ya que se obtuvieron los precios en piezas a partir de copias de pedimentos y facturas.

286. Por otro lado, los precios promedio de las importaciones no objeto de discriminación de precios también mostraron una tendencia decreciente de 7 por ciento en el periodo investigado y 28 por ciento en el periodo previo al investigado. En el caso específico de los precios de las importaciones originarias de la República Popular China, en el periodo investigado registraron un incremento de 36 por ciento después de haber registrado una caída de 28 por ciento en el periodo julio 99-junio 00.

287. Al comparar el precio de las importaciones objeto de discriminación de precios con el precio de venta libre a bordo (LAB) al mercado interno, se observó que en el periodo julio 98-junio 99, el primero se ubicó 1.4 por ciento por arriba del segundo; no obstante, en los periodos julio 99-junio 00 e investigado, el precio de las importaciones objeto de discriminación de precios se ubicaron 40 y 31 por debajo del nacional, respectivamente. En particular, el precio de las importaciones de la República de Colombia se ubicó 23 por ciento por debajo del precio nacional y en el caso de la República de Indonesia 46 por ciento en el periodo investigado.

288. El precio promedio de las importaciones no objeto de discriminación de precios incluyendo gastos de internación como arancel, derecho de trámite y gastos de agente aduanal se ubicó durante el periodo analizado por arriba del precio promedio de venta libre a bordo (LAB) al mercado interno, al igual que las originarias de la República Popular China (incluyendo gastos de internación y la cuota compensatoria correspondiente) en el periodo investigado.

289. Por su parte, el precio de venta al mercado interno de la industria nacional registró un incremento de 17 por ciento en el periodo julio 99-junio 00 con respecto al similar anterior; sin embargo, en el periodo investigado registró una disminución de 3 por ciento con respecto al precio registrado en el periodo similar anterior.

290. Al analizar los precios de las importaciones investigadas eliminando el margen de discriminación de precios preliminar descrito en puntos precedentes, la Secretaría observó que en el periodo investigado los precios promedio de las importaciones acumuladas originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia se hubieran ubicado en un nivel de 0.5 por ciento por debajo del precio de venta interno de la industria nacional.

No obstante, de manera desagregada el precio de la República de Colombia se ubicaría 19 por ciento por debajo y el precio de la República de Indonesia 30 por ciento por arriba.

291. Por otra parte, al analizar el comportamiento de los precios de otras fuentes de abastecimiento, se observó que se ubicaron por arriba de los precios de las importaciones objeto de discriminación de precios, incluso por arriba de los de la industria nacional, excepto los de las importaciones de las repúblicas de Ecuador, Federativa de Brasil y Popular China.

292. La Secretaría considera que la sobrevaluación y la diferencia en costos, argumentada por Locería Colombiana no justifica el margen de discriminación de precios al que ingresaron las importaciones investigadas.

293. Al inicio de la investigación, Santa Anita argumentó que en el periodo investigado tuvo que modificar la mezcla de sus productos, haciéndolos más económicos para enfrentar la entrada de las importaciones de bajo precio, al introducir algunas opciones para la presentación de sus productos. Al respecto, Locería Colombiana argumentó que la solicitante no explicó en qué consistieron las mezclas ni ofreció pruebas de ese hecho y que, las modificaciones en las mezclas de los productos de Santa Anita nada tienen que ver con el supuesto daño alegado, ya que sólo algunos de los nuevos productos los lanzaron al mercado en el periodo investigado, razón por la cual se debe desestimar dicho argumento .

294. Al respecto, se observó que Santa Anita introdujo nuevas presentaciones de vajillas que consistieron en reducir el número de piezas incluidas en el juego, cambios en el tamaño de las piezas, empaque y etiquetas, de las cuales al menos dos se introdujeron al mercado en el periodo investigado.

Efectos sobre la producción nacional

Factores económicos

295. De conformidad con los artículos 41 de la LCE; 64 del RLCE; y 3.1 y 3.4 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría analizó la repercusión de las importaciones sobre la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, considerando para ello los factores e índices económicos pertinentes que influyen en la condición de la rama de la producción nacional.

296. Santa Anita argumentó que en comparación con las ventas internas y el Consumo Nacional Aparente, las importaciones investigadas se incrementaron desde 1998, lo que ocasionó un doble efecto: una disminución absoluta de la producción y de las ventas internas en el periodo investigado y una participación creciente de las importaciones en la demanda nacional.

297. La solicitante señaló que los efectos de las importaciones acumuladas se han materializado en los diversos indicadores económicos de la producción nacional. La disminución en su producción y ventas internas provocaron una drástica caída en la utilización de la capacidad instalada y el empleo en el periodo investigado, situación que la obligó a realizar un ajuste en la planta de trabajadores para afrontar la disminución de su actividad productiva y el impacto en sus resultados financieros.

298. Santa Anita señaló que otro impacto de las importaciones investigadas se presentó en los inventarios, los cuales en el periodo investigado registraron un crecimiento respecto al mismo periodo anterior, no obstante la disminución observada en la producción de esta empresa. Asimismo, la solicitante mencionó que la acumulación de inventarios se debió de manera importante al desplazamiento de las vajillas de Santa Anita en el mercado mexicano por las vajillas originarias de los países investigados.

299. El Anfora manifestó que sufrió disminuciones significativas en su volumen de venta de productos de cerámica de la línea del hogar en los canales de autoservicio y mayoristas, debido a los bajos precios del producto investigado. Asimismo, mencionó que tuvo que otorgar mayores plazos de crédito y que incluso algunos de sus clientes dejaron de pagarle o le hicieron devoluciones argumentando que la empresa Locería Colombiana ofrecía “más barato”.

300. Locería Colombiana señaló que el incremento en las ventas del producto importado obedece a que el producto importado es diferente y ofrece características de competitividad distintas a las del producto nacional; que la caída en las ventas del productor nacional es consecuencia del desplazamiento de las preferencias del consumidor hacia productos alternos.

301. Locería Colombiana mencionó que el hecho de que la utilización de la capacidad instalada haya disminuido no necesariamente se traduce en un factor de daño a la industria nacional por causa de las importaciones. Señaló que en el escrito de la solicitante se advierte que los criterios para determinar la capacidad instalada son totalmente arbitrarios y sin una base documental que los soporte.

302. De acuerdo con lo descrito en los puntos 222 a 225 de esta Resolución, para esta etapa de la investigación la Secretaría consideró la información en piezas de los indicadores económicos proporcionada por Santa Anita, El Anfora y Locería Jalisciense, así como la información que la Secretaría se allegó.

303. Con base en lo descrito en el punto 269 de esta Resolución, el Consumo Nacional Aparente de vajillas de cerámica registró un comportamiento creciente al aumentar 13 por ciento en el periodo investigado y 18 por ciento en el periodo julio 99-junio 00. Al analizar la participación de la producción nacional orientada al mercado interno se observó que en el periodo analizado perdió 23 puntos porcentuales al pasar de una participación del 84 por ciento en julio 98-junio 99 al 72 por ciento en julio 99-julio 00 y 61 por ciento en el periodo investigado. Esta pérdida de participación de la industria nacional contrasta con el incremento de la participación en el consumo nacional aparente tanto de las importaciones objeto de discriminación de precios como de las no objeto de discriminación de precios, ya que ambas aumentaron su participación en 11 puntos porcentuales en el periodo analizado al representar 13 y 26 por ciento, respectivamente.

304. Destaca que una parte de las importaciones no objeto de discriminación de precios corresponde a mercancías chinas para las cuales existe un pronunciamiento positivo de que se realizaron en condiciones desleales; éstas participaron con el 9 por ciento del mercado y ganaron 3 puntos en el periodo analizado.

305. Al evaluar el crecimiento del Consumo Nacional Aparente en el periodo analizado (33 por ciento), se observó que los productos nacionales no sólo perdieron participación, sino que redujeron la producción al mercado interno (3 por ciento), de manera que el incremento del mercado fue atendido tanto por las importaciones objeto de discriminación de precios como las no objeto de discriminación de precios.

306. La producción nacional registró un incremento de un punto porcentual en el periodo julio 99-junio 00 con respecto al periodo anterior, mientras que en el periodo investigado registró una baja en el nivel de producción del 6 por ciento; asimismo, la producción orientada al mercado interno registró un comportamiento similar.

307. Por otra parte, se observó que la tendencia creciente del Consumo Nacional Aparente también contrastó con el comportamiento de las ventas al mercado interno, ya que se mantuvieron prácticamente en el mismo nivel en el periodo analizado.

308. Las ventas externas mostraron una tendencia decreciente en el periodo analizado; al respecto es importante destacar que no es posible determinar que la disminución de las ventas totales se explique por la caída de exportaciones, ya que no han representado una parte importante en el total al representar en el periodo investigado el 1 por ciento y en el periodo previo al investigado el 3 por ciento.

309. Las ventas al mercado interno en proporción al Consumo Nacional Aparente presentaron un comportamiento negativo en el periodo analizado julio 98-junio 01, ya que pasaron de julio 98-junio 99 a los siguientes dos periodos subsecuentes del 68 al 59 y 51 por ciento, respectivamente, lo que acumula una pérdida de 17 puntos porcentuales.

310. La caída en el nivel de producción y la reducción en las ventas ocasionó un incremento en los inventarios promedio, ya que en el periodo investigado registraron un crecimiento de 28 por ciento.

311. Por lo que respecta al nivel de empleo, mostró una tendencia decreciente al registrar caídas del 6 y 5 por ciento en el periodo investigado y el similar anterior. Por su parte, los salarios crecieron en 14 por ciento en el periodo investigado.

312. Por otra parte, se observó que en el periodo investigado la utilización de la capacidad instalada disminuyó 7 puntos porcentuales, caída que se explica por la disminución en la producción ya que la capacidad instalada se mantuvo constante. En el periodo previo al investigado ante un incremento en la producción y una capacidad instalada constante se observó un incremento en la utilización de un punto porcentual.

313. En el periodo investigado la productividad disminuyó un punto porcentual ante la caída en la producción mayor que la baja en el empleo; este comportamiento fue contrario al observado en el periodo previo al investigado, en virtud de que la productividad se incrementó 6 puntos porcentuales.

314. Locería Colombiana indicó que en lo que se refiere al total de vajillas importadas, los datos del Sistema de Cuentas Nacionales de México son contundentes en el sentido de que el consumo de vajillas importadas de todos los materiales creció con más rapidez que el consumo de vajillas nacionales. Esta es una tendencia general del consumo por lo que no puede considerarse una tendencia atribuible a una compañía en particular. Al respecto, la Secretaría considera que el comportamiento del consumo de vajillas de cerámica no se está atribuyendo a una sola compañía sino a la industria nacional de vajillas de cerámica; además, la exportadora no está considerando que la industria nacional de vajillas no sólo no creció al mismo ritmo que las importaciones sino que registró tasas negativas de crecimiento en el consumo, situación contraria al comportamiento creciente de las importaciones.

315. Locería Colombiana también señaló que el producto importado se orientó básicamente a un segmento no atendido por el productor nacional, refiriéndose al sector hogar, de manera que no está

desplazando a éste, sino que se amplió el mercado del producto investigado al incorporarse nuevos consumidores. Señaló que lo anterior se debe a que el producto importado es diferente y tiene características de competitividad distintas al nacional. Al respecto, Santa Anita consideró falso el argumento de la exportadora pues atiende preferentemente el segmento de hogar.

316. Con base en las ventas al mercado interno por cliente y sector al que se dirigen proporcionadas por Santa Anita, la Secretaría observó que en el periodo investigado la solicitante destinó el 13 por ciento de sus ventas al sector institucional y 87 por ciento al hogar. Asimismo, Locería Mexicana destinó el 5 por ciento sus ventas al sector institucional y 95 por ciento al hogar, de manera que la información disponible indica que ambas empresas se orientan básicamente al sector hogar y no están segmentadas como lo señaló Locería Colombiana.

317. Por otra parte, es importante señalar que las empresas que adquirieron producto tanto de Santa Anita como de Locería Colombiana representaron en el periodo investigado el 55 y el 54 por ciento del total de sus ventas respectivamente. De los cuales se observó que aquellos que representaron el 12 por ciento del total de ventas de Santa Anita, disminuyeron sus compras en 31 por ciento mientras que incrementaron las realizadas a Locería Mexicana 387 por ciento, después de una caída en el precio del 7 por ciento.

318. Es importante mencionar que tres principales clientes que representaron en el periodo investigado el 24 por ciento del volumen total de ventas internas de Santa Anita, registraron un incremento de compras a Santa Anita del 8 por ciento pero después de una baja en el precio de 10 por ciento; mientras que las compras a Locería Mexicana las incrementaron en 680 por ciento ante una disminución en su precio de 21 por ciento.

319. Por otra parte, se observó que 4 de los clientes de Santa Anita comenzaron a realizar importaciones de vajillas de cerámica originarias de la República de Indonesia en el periodo investigado, cuando en el periodo anterior éstas fueron nulas. Asimismo, el principal importador de la República de Indonesia en el periodo investigado dejó de comprarle a Santa Anita en dicho periodo y, otro cliente disminuyó sus compras de producto nacional.

320. En esta etapa de la investigación las productoras no solicitantes no presentaron completa la información de ventas a clientes por sector; sin embargo, debido a la participación de Santa Anita en la producción nacional, el análisis descrito en los puntos anteriores se puede considerar representativo de la situación de la industria nacional.

321. De conformidad con los puntos 295 a 320 de esta Resolución, la Secretaría determinó preliminarmente que la industria nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica mostró una pérdida de participación en el mercado, así como una caída en los niveles de producción, ventas, empleo y utilización de la capacidad instalada, y un incremento en sus inventarios, comportamiento observado ante un incremento de las importaciones objeto de discriminación de precios, con precios decrecientes en niveles por debajo de los precios de producción nacional.

Indicadores Financieros

322. En esta etapa de la investigación, la Secretaría requirió a El Anfora y Locería Jalisciense para que proporcionaran la información correspondiente a los estados financieros básicos de los años 1998 a 2000, el estado de costos, ventas y utilidades del producto similar para esos mismos años, el periodo investigado y los dos previos comparables.

323. El Anfora proporcionó los estados financieros básicos auditados de los años 1998 a 2000, el estado de costos, ventas y utilidades del producto similar de esos años, y del periodo investigado y los dos lapsos previos comparables. Por su parte, Locería Jalisciense entregó el balance general y el estado de resultados correspondiente a los años 1998 a 2000, y los estados de costos, ventas y utilidades del producto similar para el segundo semestre de 1998, los años de 1999 y 2000, y del periodo investigado y sus dos periodos previos comparables.

324. A partir de lo anterior, la autoridad investigadora agregó el balance general y el estado de resultados de Santa Anita, de El Anfora, y Locería Jalisciense para el periodo 1998 a 2000, así como el estado de cambios en la situación financiera de 1998 a 2000 de las dos primeras empresas, con lo que obtuvo los estados financieros de la industria productora nacional.

325. La Secretaría agregó la información del estado de costos, ventas y utilidades del producto similar correspondiente a las tres empresas productoras mencionadas en el punto anterior para los años 1998 a 2000, así como lo referente al periodo investigado y sus dos periodos previos comparables, a partir de lo cual obtuvo información de estas variables a nivel de la rama de producción específica de vajillas y piezas sueltas de cerámica.

326. Aun cuando se observó que la información del estado de costos, ventas y utilidades del año 1998 de Locería Jalisciense se refiere al segundo semestre de ese año, la Secretaría decidió agregarlo para el presente análisis financiero, toda vez que aun cuando las ventas de producto similar no son una parte importante de las ventas totales (de la suma de las tres empresas), se logra tener cifras globales con mayor representatividad de los factores financieros de la rama de producción nacional; en la siguiente etapa de la investigación se allegará de la información correspondiente a 1998.

327. Sobre la información financiera, la autoridad investigadora con propósitos de comparabilidad la actualizó mediante el método de cambios en el nivel general de precios, de acuerdo con lo que prescribe el Boletín B-10 de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, emitido por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

328. De acuerdo con lo anterior, se calculó la participación porcentual de los ingresos por ventas totales de vajillas y piezas sueltas de cerámica en los ingresos totales de la industria, encontrando que en el periodo 1998 a 2000, ésta se ubicó en 77 por ciento, por lo que determinó preliminarmente que el comportamiento de los ingresos por ventas del producto similar influye en forma importante en los resultados y la situación financiera de la industria productora nacional.

Utilidades y rentabilidad

329. Santa Anita manifestó que la situación financiera de la empresa se ha deteriorado señalando que los márgenes bruto y de operación cayeron entre 1998 y 2000, y que la utilidad del producto similar con respecto al costo de venta cayó de 9.8 por ciento en 1998 a 3 por ciento en 2000.

330. El Anfora indicó que en el periodo 1998 a 2000, los inventarios crecieron más de 35 por ciento, toda vez que ha tratado de no reducir la plantilla laboral. En ese sentido, la autoridad investigadora observó que el valor final de los inventarios de la empresa al cierre de 2000 creció 28 por ciento en términos de pesos constantes, con respecto al inventario final de 1998; asimismo, observó que el volumen final de los inventarios de producto similar registrado en el mes de diciembre de 2000 creció 26 por ciento en relación con el volumen final de 1998, en virtud de la elevada participación de dicho producto en el total de la empresa (64 por ciento en el periodo 1998 a 2000). De esta manera, la Secretaría consideró que las tendencias observadas en los inventarios en valor de la empresa y en volumen del producto similar pudieran estar vinculadas, y que los inventarios hayan tenido efectos favorables sobre los resultados operativos de El Anfora y sobre el producto similar; en la siguiente etapa de la investigación se profundizará al respecto.

331. Por otra parte, la autoridad investigadora observó que las utilidades de operación de la industria crecieron en 1999 en proporción importante, toda vez que en 1998 la industria registró utilidades operativas cercanas al nivel equilibrio contable. El alza de la utilidad se debió a la combinación de un incremento de ingresos de 3 por ciento y una reducción de 1 por ciento en el costo de venta, lo que aumentó el margen operativo en 3 puntos porcentuales para situarse ligeramente por encima de 3 por ciento.

332. En 2000, la utilidad de operación creció 81 por ciento, debido principalmente a que los costos de venta disminuyeron 8 por ciento en tanto que la baja del ingreso fue de 3 por ciento, lo que repercutió para que el margen de operación se incrementara en 3 puntos porcentuales ubicándose en 6 por ciento.

333. La Secretaría observó que las utilidades de operación de Santa Anita y El Anfora, tuvieron en el periodo analizado (1998-2000) un comportamiento diferenciado. En 1999, Santa Anita registró ganancias operativas aunque éstas disminuyeron 15 por ciento con respecto a 1998, mientras que El Anfora obtuvo pérdidas operativas aunque éstas se redujeron 58 por ciento, lo cual condujo a la industria a registrar utilidades cercanas al punto de equilibrio contable.

334. En 2000, El Anfora registró utilidades de operación con un crecimiento de 178 por ciento, en tanto que la utilidad operativa de Santa Anita disminuyó 39 por ciento, por lo que si bien esta última contribuye más en términos porcentuales a la utilidad de la industria en virtud de su mayor tamaño, en dicho año la recuperación de las ganancias a nivel de la industria se deben al mejor desempeño de El Anfora.

335. En cuanto al rendimiento sobre la inversión de la industria, la Secretaría observó que en 1999 se incrementó casi 2 puntos porcentuales quedando en 2 por ciento, debido al comportamiento creciente de la utilidad operativa y el margen de operación en dicho año. Para 2000, el índice del rendimiento sobre la inversión creció 2 puntos porcentuales al ubicarse en 4 por ciento, como consecuencia del aumento en las ganancias y el margen de las operaciones de la industria.

336. Por lo que se refiere a los beneficios del producto similar, la autoridad investigadora observó que en 1999 las utilidades de operación crecieron 111 por ciento pasando de pérdidas en 1998 a ganancias operativas en 1999, en virtud de que el costo de venta se redujo 9 por ciento, en tanto que los ingresos por ventas se incrementaron 1 por ciento, básicamente por la influencia del alza de 2.5 por ciento en términos de

pesos constantes en el precio interno, lo que se tradujo en que el margen de operación pasara de 7 por ciento negativo a 1 por ciento positivo, es decir, una recuperación de 8 puntos porcentuales.

337. Para 2000, las utilidades operativas del producto similar se incrementaron 164 por ciento aun cuando el ingreso por ventas disminuyó 5 por ciento por una baja de 2 por ciento en el precio y en el volumen interno de venta, respectivamente, debido a que los costos de venta y los gastos de operación disminuyeron 6.5 por ciento, es decir, una proporción mayor que logró revertir el impacto negativo de la baja del ingreso en las utilidades y en el margen operativo, el cual se ubicó en 2 por ciento; sin embargo, es claro que de haberse mantenido al menos igual el ingreso por ventas, las utilidades habrían crecido en mayor cuantía.

338. La Secretaría observó que los resultados de operación del producto similar de fabricación nacional de las dos empresas principales, Santa Anita y El Anfora tuvieron, al igual que a nivel de las empresas en su conjunto, un comportamiento diferenciado. Así, las pérdidas operativas del producto similar de El Anfora se redujeron 62 por ciento en 1999 y 76 por ciento en 2000, lo que se reflejó en que el margen de operación pasara de 64 por ciento negativo en 1998 a 5 por ciento negativo en 2000, principalmente como consecuencia de la disminución de los costos de venta en 1999 y 2000, y en menor medida a que el ingreso por ventas creció 13 por ciento en 2000 y el precio de ventas internas de El Anfora se incrementó 16 por ciento en términos de pesos constantes.

339. Las utilidades de operación del producto similar de Santa Anita disminuyeron 15 y 46 por ciento en 1999 y 2000, respectivamente, debido básicamente a que en 1999 el ingreso por ventas no creció a la misma tasa que el costo de venta, y en 2000, a que los ingresos por ventas se redujeron 10 por ciento, el precio de ventas internas cayó 7 por ciento en términos de pesos constantes, lo que se reflejó en que el margen de operación cayera 2 y 3 puntos porcentuales en cada uno de esos años para quedar en 5 por ciento.

340. Como se puede apreciar, mientras que las utilidades de operación de Santa Anita cayeron de 1998 a 2000 en virtud de menores ingresos en 2000 debido a una baja en el precio, los resultados operativos de El Anfora mostraron una tendencia a la recuperación aunque siguieron siendo pérdidas, en virtud de una mejoría en costos de venta en dicho periodo y mayores ingresos en 2000.

341. La autoridad investigadora observó que la contribución del producto similar al rendimiento sobre la inversión de la industria creció 3.5 puntos porcentuales en 1999, quedando en 0.5 por ciento, mientras que la contribución de los demás productos fabricados por la industria decreció 1.5 puntos porcentuales para quedar en 1.5 por ciento. A su vez, se observó que para 2000 la contribución de las vajillas y piezas sueltas de cerámica al rendimiento sobre la inversión se incrementó 0.5 punto porcentual quedando en poco más de 1 por ciento, en tanto que los demás productos contribuyeron con casi 3 por ciento, esto es, 1.2 puntos porcentuales más que en 1999.

342. En cuanto a la utilidad de operación del producto similar en el periodo inmediato anterior al investigado (julio 99-junio 00), la Secretaría observó que se incrementó 160 por ciento con respecto al lapso julio 98-junio 99 en el que la industria obtuvo pérdidas operativas, pues los ingresos por ventas crecieron 6 por ciento básicamente debido a mayores ingresos por ventas internas, por un precio interno 5 por ciento mayor en términos de pesos constantes y un volumen de venta 3 por ciento mayor al periodo anterior comparable mientras que el costo de venta y los gastos operativos disminuyeron 11 y 3 por ciento, respectivamente, lo cual incidió para que el margen de operación creciera 15 puntos porcentuales ubicándose en 5 por ciento.

343. En el periodo investigado las utilidades de operación de las vajillas y piezas sueltas de cerámica de fabricación nacional reportaron para la industria una disminución de 162 por ciento, es decir, se registraron pérdidas operativas debido principalmente a que los ingresos por ventas totales cayeron 13 por ciento, que principalmente se atribuye a la disminución en los ingresos por ventas internas, en virtud de que el precio de venta al mercado doméstico cayó 9 por ciento en términos constantes. Este hecho implicó que el margen operativo de la industria cayera 9 puntos porcentuales para quedar en 4 por ciento negativo.

Flujo de caja y capacidad para reunir capital

344. Santa Anita manifestó que en el periodo investigado, a causa de las importaciones originarias de las repúblicas de Colombia, Ecuador e Indonesia, el flujo de caja de la empresa mostró un balance negativo, toda vez que las cuentas por cobrar se redujeron debido a la baja en las ventas en ese lapso.

345. El Anfora mencionó que a fines de 1999 solicitaron un crédito a una institución bancaria, mismo que no pudo ser cubierto en el plazo en virtud del bajo flujo de efectivo derivado de la competencia desleal de las importaciones objeto de discriminación de precios, que la obligó a mantener dicho crédito hasta diciembre de 2001. Al respecto, en la siguiente etapa de la investigación la Secretaría profundizará sobre este argumento de El Anfora y se allegará de la información documental que confirme este dicho.

346. Santa Anita manifestó que los resultados de las razones de apalancamiento de corto plazo y de activos rápidos en 2000 se deben por una parte, al incremento en los inventarios y, por otra, a la disminución de cuentas por cobrar.

347. Para analizar el comportamiento del flujo de caja de la industria, se agregó la información proporcionada por Santa Anita y El Anfora. Al respecto, la autoridad investigadora observó que en 1999 el flujo de caja a nivel de operación aun cuando mostró un balance positivo se redujo 78 por ciento con respecto al registrado en 1998, debido principalmente a que los resultados netos de la industria se situaron en pérdidas, no obstante, el efectivo utilizado en capital de trabajo no condujo al flujo a déficit de efectivo operativo. Asimismo, se observó que el flujo neto de efectivo disminuyó 11 por ciento, básicamente como reflejo de que el flujo operativo se redujo y que el flujo derivado del financiamiento no logró revertir el efecto adverso de las operaciones sobre efectivo generado por la industria.

348. En 2000, el flujo de efectivo operativo de la industria creció 176 por ciento debido a que se registraron utilidades netas y que el efectivo utilizado en capital de trabajo fue 40 por ciento menor al del año anterior. Sin embargo, el flujo neto de efectivo de la industria se reduce fundamentalmente debido a que la empresa con mayor participación registró salidas de efectivo relacionadas con el monto y el rendimiento de la inversión neta de sus accionistas.

349. La Secretaría evaluó la capacidad de reunir capital de la industria productora nacional de vajillas y piezas sueltas de cerámica para el periodo 1998 a 2000, mediante el análisis del comportamiento de los índices de liquidez y apalancamiento financiero de la industria.

350. En 1999, la razón de circulante de la industria creció 6 centavos al ubicarse en \$3.67, mientras que la razón conocida como prueba ácida se incrementó 20 centavos con respecto a la observada en el año 1998, para quedar en \$2.75 pesos de cobertura inmediata. Para 2000, la razón circulante de la industria creció 30 centavos ubicándose en \$3.97 pesos de cobertura con activos circulantes, mientras que el coeficiente de activos rápidos (prueba ácida) disminuyó hasta \$2.67, lo cual se explica por el comportamiento de los inventarios en valor, que en dicho año crecieron 30 por ciento.

351. Asimismo, la autoridad investigadora observó que en 1999 el periodo medio de cobranza de la industria se incrementó en 26 días al quedar en 116 días, mientras que para 2000 se registró un periodo medio de 120 días, es decir, el plazo medio de recuperación de las cuentas por cobrar se incrementó para la industria en 29 días en el periodo 1998-2000.

352. Por lo que se refiere al promedio de rotación de inventarios, la autoridad investigadora observó que en 1999 creció en 3 días al ubicarse en una rotación media de 69 días, lo que equivale a 5.2 veces al año; en tanto que para 2000, el periodo promedio de desplazamiento creció a 84 días, es decir, en dicho año la industria tardaba 16 días más en desplazar sus inventarios.

353. Por otra parte, la razón de endeudamiento demuestra que en 1998, la industria registró una proporción de deuda a inversión total de 8 por ciento, esto es, el 92 por ciento de la inversión total de la industria fueron suministrados por los socios inversionistas; para 1999 creció a 9 por ciento y en 2000 llegó a 16 por ciento, lo que la Secretaría consideró como un nivel de endeudamiento total moderado.

354. La razón de apalancamiento, es decir, la relación existente entre la deuda total de la empresa y la inversión neta de los accionistas a capital contable, se ubicó en 1998 en 9 por ciento, para 1999 se mantuvo prácticamente en el mismo nivel, en tanto que en 2000 se incrementó hasta 19 por ciento, lo que demuestra que el nivel apalancamiento financiero de la industria es bajo.

355. A partir de lo descrito en los puntos 344 a 354 de esta Resolución, la autoridad investigadora considera que la capacidad de reunir capital de la industria solicitante es buena al mostrar niveles de deuda bajos y amplia solvencia de corto plazo, aun cuando la rotación de inventarios redujo su ritmo y el plazo medio de cobranza creció en el periodo 1998 a 2000; sin embargo, esta capacidad de reunir capital está condicionada a la obtención de resultados operativos positivos que le permitan incrementar la capacidad de pago de nuevas deudas y la generación de flujo de efectivo que apoyen las operaciones de la industria. No obstante lo anterior, no se soslaya lo señalado en el punto 345 de esta Resolución, en el sentido de que El Anfora probablemente tendría una afectación en la capacidad de reunir capital.

356. Con base en lo descrito en los puntos 322 a 355 de esta Resolución, la Secretaría determinó en forma preliminar que: **i)** la situación financiera de la industria en su conjunto mostró recuperación en el periodo 1998 a 2000, al elevarse las utilidades de operación, el flujo de caja operativo, mantener un nivel de endeudamiento moderado y adecuada liquidez de corto plazo; **ii)** en el periodo 1998 a 2000, la utilidad operativa del producto similar se recuperó en virtud de la reducción de costos, lo que condujo a una mejora en el margen de operación y la contribución del producto similar al rendimiento sobre la inversión, que se reflejó en las ganancias, el margen de operación y el rendimiento sobre la inversión de la industria en su conjunto y; **iii)** en el periodo investigado, el producto similar registró importantes pérdidas operativas principalmente como reflejo de un menor precio de venta en el mercado doméstico; lo cual además permite inferir en virtud de la influencia del producto similar en la industria que los resultados de operación y posición financiera (el flujo de caja y la capacidad de reunir capital) a saber de ésta, serían adversos en 2001.

Otros factores de daño

357. Con fundamento en los artículos 69 del RLCE y 3.5 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría tomó en consideración el comportamiento de otros factores que pudieran influir en la producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica. No obstante, de acuerdo con la información aportada por la solicitante, en la etapa de inicio de la investigación no se apreciaron factores distintos a las importaciones investigadas que pudieran influir de manera negativa en el comportamiento de la industria nacional en el periodo investigado, en términos de cambios en la estructura de consumo, prácticas comerciales restrictivas de los competidores en el mercado nacional o alguna innovación tecnológica.

358. Con base en la información del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, Locería Colombiana manifestó que se observó una baja del sector hotelero y restaurantero con respecto al Producto Interno Bruto, en un ciclo económico recesivo derivado de la desaceleración de la economía de Estados Unidos de América, situación que impactó en los Estados Unidos Mexicanos al reducirse la actividad de los sectores consumidores del stoneware, como la industria turística; un ajuste en los ingresos y un incremento en la tasa de desempleo. Al respecto, Santa Anita solicitó que se desestime el argumento referente a que la industria nacional de vajillas enfrentó una contracción de su demanda debido a cambios en la industria turística, ya que las ventas de Santa Anita al sector institucional representan una mínima parte de sus ventas totales.

359. La Secretaría considera que la conclusión de Locería Colombiana sobre la baja del sector hotelero y restaurantero no está debidamente sustentada, en virtud de que realiza un análisis aislado de la información, y que, en todo caso, la afectación en el consumo y la demanda real de vajillas también debería observarse en el producto investigado, situación que contrasta con el incremento en el volumen de importación de las repúblicas de Colombia e Indonesia y su creciente participación en el mercado nacional; además, destaca que Santa Anita atiende principalmente el sector hogar, tal como se describe en el punto 316 de la esta Resolución.

360. Locería Colombiana y Locería Mexicana destacaron que en otras investigaciones antidumping, los clientes de la solicitante han mencionado que ésta condiciona la venta del producto, que tiene una oferta restringida y deficiencias en tiempos de entrega. Al respecto, Santa Anita indicó que es el primer procedimiento de investigación antidumping que promueve y que en el procedimiento de revisión de cuotas impuestas a las importaciones originarias de la República Popular China no existieron manifestación de sus clientes sobre un condicionamiento en las ventas del producto y de que presentara una oferta restringida. Al respecto, Locería Colombiana y Locería Mexicana no proporcionaron pruebas de su dicho.

361. Locería Mexicana señaló que la industria tiende hacia procesos de formación por prensado isostático y al proceso que permite decoración por transferencia de color (pad printing). Por su parte, una de las productoras nacionales afirmó que sus diseños realizados tanto en calcomanía como en serigrafía (pad printing) son de igual o mayor calidad y atractivo que los extranjeros. Al respecto, la Secretaría no tiene elementos que indiquen que los consumidores hayan adquirido el producto colombiano por cambios tecnológicos relacionados con el diseño o el decorado de los productos importados, sino más bien que cada empresa utiliza su propia técnica.

362. Locería Colombiana afirmó que en el mercado internacional ocurren integraciones y fusiones en la oferta de los productos complementarios, que los diseños más casuales llevan a adquisiciones de licencias de moda; indicó que la vajillería empieza a desempeñar una función ornamental donde el producto nacional carece de competitividad.

363. Santa Anita manifestó que se pretende desacreditar la existencia de daño a la industria nacional con una serie de argumentos sobre las condiciones del mercado internacional que no están debidamente soportados.

364. De acuerdo con la publicación Tableware International file 1999-2003 y el estudio sobre las principales empresas de vajillería, la Secretaría observó que algunas empresas internacionales han realizado procesos de integración, sin embargo, no hay elementos para justificar el daño causado por las importaciones objeto de discriminación de precios.

365. Locería Colombiana manifestó que existe una reorientación y diversificación de las preferencias por productos mas económicos y casuales. Indicó que se opta por un consumo alejado de la celebración periódica y solemne y que existe una reducción del espacio y tamaño familiar que da lugar a un servicio de mesa más ligero, pequeño, barato y fácil de utilizar, donde se prefieren productos de mayor colorido y razonablemente durables, situación que incrementó la oferta de piezas sueltas. Al respecto, la Secretaría no contó con elementos que le permitieran suponer que el daño en la industria nacional de vajillas de cerámica fuera causado por cambios en las preferencias del consumidor o por la variación en el tamaño de las unidades familiares. Además, no hay razón para determinar que los productos de fabricación nacional no se hayan diversificado para ofrecer modelos más económicos o casuales, ya que como se señaló anteriormente Santa Anita cambió las mezclas de sus vajillas.

366. Locería Colombiana manifestó que el desplazamiento del mercado se explica por la competencia que enfrentó la producción nacional con productos cerámicos no investigados y con los productos sustitutos. En este sentido, la Secretaría considera que no contó con elementos para determinar similitud en

relación con las vajillas de melamina, vidrio, plástico y metal, de acuerdo con lo descrito en el punto 211 esta Resolución.

367. Por otra parte, en el caso de las importaciones originarias de la República Popular China, existe una determinación positiva de que dichas importaciones se realizaron en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional.

368. Con base en lo descrito en los puntos 357 a 367 de esta Resolución, la Secretaría considera de manera preliminar que no existen elementos suficientes para determinar que el daño importante que mostró la industria nacional fuera causado por otros factores distintos a las importaciones objeto de discriminación de precios.

Conclusión de daño

369. Por los resultados descritos en los puntos 238 a 368 de esta Resolución, la Secretaría concluyó preliminarmente que en el periodo investigado, julio de 2000 a junio de 2001, la industria productora nacional de vajillas de cerámica enfrentó daño importante como consecuencia de las importaciones en condiciones de discriminación de precios originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, en términos de lo establecido en los artículos 39, 41 de la LCE y 3 del Acuerdo Antidumping, por diversos motivos, entre los que destacan los siguientes:

- A.** Las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia se incrementaron en términos absolutos, así como en relación con el Consumo Nacional Aparente y la producción nacional.
- B.** El comportamiento decreciente de los precios de las importaciones originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, que coincide con el aumento del volumen importado.
- C.** Una significativa subvaloración de los precios de las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia en comparación con el precio de la producción nacional y los precios de otras fuentes de abastecimiento con excepción de las repúblicas de Ecuador, Federativa de Brasil y Popular China; sin embargo, a este último al agregarle la cuota compensatoria a la que está sujeto se ubicó por arriba del precio promedio de producción nacional.
- D.** El comportamiento negativo de los precios de las vajillas de producción nacional debido a la mayor competencia en el mercado nacional en gran parte afectada por importaciones en condiciones de discriminación de precios.
- E.** La industria nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica mostró una pérdida de participación en el mercado; así como una caída en los niveles de producción, ventas, empleo y utilización de la capacidad instalada, y un incremento en sus inventarios
- F.** En el periodo investigado, el producto similar registró importantes pérdidas operativas principalmente como reflejo de un menor precio de venta en el mercado doméstico, lo cual permite inferir que los resultados de operación y posición financiera (el flujo de caja y la capacidad de reunir capital) serán adversos en 2001.

370. Por otra parte, la información disponible indica que los volúmenes de importación en aumento a precios decrecientes, en niveles por debajo de los de producción nacional, y el comportamiento negativo de los indicadores económicos y financieros que influyen en el estado de la rama de producción nacional, indican la necesidad de imponer cuotas compensatorias provisionales a las importaciones en condiciones de discriminación de precios para evitar un mayor deterioro a la industria nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas durante la investigación.

Conclusión

371. De conformidad con los resultados del análisis de los argumentos y pruebas presentadas por las partes interesadas, así como de la información que la autoridad investigadora se allegó en el curso de la investigación, mismos que se describen en los considerandos de esta Resolución, la Secretaría concluye preliminarmente que durante el periodo investigado la industria nacional enfrentó un daño como consecuencia de las importaciones en condiciones de discriminación de precios, en términos de lo establecido en los artículos 42 de la LCE; 68 y 69 del RLCE, y 3 del Acuerdo Antidumping, originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, por lo que con fundamento en los artículos 57 fracción I de la LCE y 7.1 del Acuerdo Antidumping, es procedente emitir la siguiente

RESOLUCION

372. Continúa el procedimiento de investigación por discriminación de precios y se imponen cuotas compensatorias provisionales a las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, mercancía actualmente clasificada en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, originarias de las repúblicas de Colombia e Indonesia, independientemente del país de procedencia, en los siguientes términos:

A. República de Colombia:

- i. Para las importaciones originarias de Locería Colombiana, S.A.: 6.73 por ciento.
- ii. Para todos los demás exportadores: 44.97 por ciento.

B. República de Indonesia:

- i. Para todos los exportadores: 182.05 por ciento.

373. Continúa el procedimiento de investigación por discriminación de precios sin imponer cuotas compensatorias provisionales a las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas, mercancía actualmente clasificada en la fracción arancelaria 6912.00.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, originarias de la República de Ecuador, independientemente del país de procedencia.

374. Las cuotas compensatorias impuestas en el punto 372 de esta Resolución se aplicarán sobre el valor en aduana declarado en el pedimento de importación correspondiente.

375. Compete a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público aplicar las cuotas compensatorias a que se refiere el punto 372 de esta Resolución en todo el territorio nacional, independientemente del cobro del arancel respectivo.

376. Con fundamento en el artículo 65 de la Ley de Comercio Exterior, los interesados podrán garantizar el pago de la cuota compensatoria que corresponda, en alguna de las formas previstas en el Código Fiscal de la Federación.

377. Para el debido ejercicio del derecho a que se refiere el artículo 66 de la Ley de Comercio Exterior, los importadores, consignatarios o mandatarios, deberán acreditar que las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas son de un país distinto a las repúblicas de Colombia e Indonesia, conforme a lo previsto en el Acuerdo por el que se establecen las normas para la determinación del país de origen de mercancías importadas y las disposiciones para su certificación en materia de cuotas compensatorias, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** del 30 de agosto de 1994 y sus modificaciones del 11 de noviembre de 1996, 12 de octubre de 1998, 30 de julio de 1999, 30 de junio de 2000, 1 y 23 de marzo de 2001 y 29 de junio de 2001.

378. Con fundamento en el artículo 164 párrafo tercero del Reglamento de la Ley de Comercio Exterior, se concede un plazo de 30 días hábiles, contados a partir de la publicación de la presente Resolución en el **Diario Oficial de la Federación**, para que las partes interesadas y, en su caso, sus coadyuvantes, presenten las argumentaciones y pruebas complementarias que estimen pertinentes.

379. Comuníquese esta Resolución al Servicio de Administración Tributaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para los efectos legales correspondientes.

380. Notifíquese a las partes interesadas de que se tenga conocimiento.

381. La presente Resolución entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

México, D.F., a 6 de septiembre de 2002.- El Secretario de Economía, **Luis Ernesto Derbez Bautista**.-
Rúbrica.