

SEGUNDA SECCION

SECRETARIA DE ECONOMIA

ACUERDO por el que se modifica y adiciona el diverso por el que se determinan las Reglas de Operación e indicadores de resultados para la asignación del subsidio canalizado a través del fondo de fomento a la integración de cadenas productivas para el ejercicio fiscal 2003.

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

FERNANDO DE JESUS CANALES CLARIOND, Secretario de Economía, con fundamento en los artículos 28 último párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1, 2, 4, 5, 15 y 25 de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal y 76 de su Reglamento; 51, 52 y 54 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año 2003; 4 y 5 fracción XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía; 2, 4, 6, 10, 11, 12 y 14 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y

CONSIDERANDO

Que la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el desarrollo de la economía del país es fundamental, ya que constituyen más del 90 por ciento de las empresas establecidas y generan el 42 por ciento del Producto Interno Bruto y el 64 por ciento del empleo;

Que para lograr su desarrollo y consolidación, el Gobierno Federal asume el compromiso de fomentar una política integral que involucra a todos los actores que contribuyen en el desarrollo de la competitividad de las empresas;

Que uno de los principales factores para incrementar la competitividad de las empresas es el desarrollo de su gestión y procesos productivos, así como su integración a las CADENAS PRODUCTIVAS y al mercado externo, a través de empresas que promuevan el encadenamiento productivo y el desarrollo de proveedores que fomenten la competitividad;

Que la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa establece como objetivo promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad;

Que el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2003, asigna un rubro específico de las erogaciones del Ramo Administrativo 10 Economía para el Programa de Encadenamientos Productivos;

Que los recursos para dicho programa, serán canalizados a través del Fondo de Fomento a la Integración de CADENAS PRODUCTIVAS (FIDECAP), se considerarán subsidios y se destinarán a actividades prioritarias de interés general con criterios de objetividad, equidad, transparencia, selectividad y temporalidad, para contribuir al desarrollo de la competitividad de las empresas a través de diversas técnicas de conocimiento aplicadas al desarrollo de la gestión empresarial y sus procesos productivos;

Que con fecha 25 de abril de 2003, se publicó en el **Diario Oficial de la Federación** el acuerdo por el que se determinan las Reglas de Operación e indicadores de resultados para la asignación del subsidio canalizado a través del Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas para el ejercicio fiscal 2003, y

Que para aplicar oportuna, eficaz, equitativa y transparentemente los recursos públicos asignados por el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2003, es necesario que el Fondo de Fomento a la Integración de CADENAS PRODUCTIVAS se sujete a las REGLAS acordes a la estructura determinada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de la Función Pública, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE MODIFICA Y ADICIONA EL DIVERSO POR EL QUE SE DETERMINAN LAS REGLAS DE OPERACION E INDICADORES DE RESULTADOS PARA LA ASIGNACION DEL SUBSIDIO CANALIZADO A TRAVES DEL FONDO DE FOMENTO A LA INTEGRACION DE CADENAS PRODUCTIVAS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2003

ARTICULO UNICO.- Se modifican y adicionan las fracciones VI del numeral 4.2., VIII del numeral 4.4.1.1 y VIII del numeral 5.1.2. del Acuerdo por el que se determinan las

Reglas de Operación e indicadores de resultados para la asignación del subsidio canalizado a través del Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas para el ejercicio fiscal 2003, para quedar como sigue:

4. Lineamientos generales

...

4.2 Población objetivo

I. a la V. ...

VI. Empresas de cualquier tamaño, que cuenten con proyectos de alto impacto en la integración de CADENAS PRODUCTIVAS, o fortalecimiento de SECTORES PRODUCTIVOS PRIORITARIOS siempre y cuando beneficien directamente a grupos de MIPYMES y generen un número significativo de empleos directos.

4.4.1.1. Criterios de elegibilidad

I. a la VII. ...

VIII. Impacto de inversión, que detone una fuente de articulación productiva, de empleo y de desarrollo local.

5.1.2. Instancia normativa

...

Facultades del CONSEJO:

I. a la VII. ...

VIII. En forma extraordinaria, el CONSEJO podrá, de manera independiente y sujeta a la disponibilidad presupuestal, autorizar recursos federales para la atención de proyectos cuyo interés e impacto económico y social, genere notoriamente beneficios en la entidad federativa o región de que se trate, en cuyo caso, no se sujetará a los límites establecidos en el numeral 4.3.2. de estas Reglas de Operación.

TRANSITORIO

UNICO.- El presente Acuerdo entrará en vigor el día de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

México, D.F., a 18 de diciembre de 2003.- El Secretario de Economía, **Fernando de Jesús Canales Clariond.-** Rúbrica.

ACUERDO por el que se da a conocer el cupo mínimo para importar en 2004 dentro del arancel-cuota establecido en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, jugo de naranja originario de los Estados Unidos de América.

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

FERNANDO DE JESUS CANALES CLARIOND, Secretario de Economía, con fundamento en los artículos 302 párrafo 4 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte; 4o. fracción III, 5o. fracción V, 6o., 17, 20, 23 y 24 de la Ley de Comercio Exterior; 9o. fracción III, 26, 31, 32, 33 y 35 de su Reglamento, 1 y 5 fracción XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, y

CONSIDERANDO

Que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, aprobado por el Senado de la República el 22 de noviembre de 1993, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 20 de diciembre del mismo año, prevé entre sus objetivos, eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios entre los territorios de las partes;

Que el artículo 302 párrafo 4 del propio Tratado establece que cada una de las partes podrá adoptar o mantener medidas sobre las importaciones con el fin de asignar el cupo de importaciones realizadas según una cuota mediante aranceles (arancel-cuota), establecidos en el anexo 302.2, siempre y cuando tales medidas no tengan efectos comerciales restrictivos sobre las importaciones, adicionales a los derivados de la imposición del arancel-cuota, y

Que el procedimiento de asignación del cupo de jugo de naranja, es un instrumento de la política sectorial para complementar la oferta nacional, y cuenta con la opinión favorable de la Comisión de Comercio Exterior, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER EL CUPO MINIMO PARA IMPORTAR EN 2004 DENTRO DEL ARANCEL-CUOTA ESTABLECIDO EN EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE, JUGO DE NARANJA ORIGINARIO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

ARTICULO PRIMERO.- El cupo mínimo que podrá ser importado en 2004, dentro del arancel-cuota establecido para jugo de naranja originario de Estados Unidos de América, para efecto de lo dispuesto en el artículo 302 párrafo 4 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, es el que se determina en el siguiente cuadro:

Fracción arancelaria	Descripción	Cupo mínimo (litros)
2009.11.01	Jugo de naranja congelado	734,670

ARTICULO SEGUNDO.- Durante el 2004 se aplicará directamente en la aduana, al cupo de importación a que se refiere el presente Acuerdo, el procedimiento de asignación directa, mediante la modalidad de “Primero en tiempo, primero en derecho”.

TRANSITORIO

UNICO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación** y concluirá su vigencia el 31 de diciembre de 2004. México, D.F., a 9 de diciembre de 2003.- El Secretario de Economía, **Fernando de Jesús Canales Clariond.-** Rúbrica.

ACUERDO por el cual se dan a conocer los cupos para internar a los Estados Unidos de América en 2004 dentro del arancel-cuota establecido en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, jugo de naranja originario de los Estados Unidos Mexicanos.

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

FERNANDO DE JESUS CANALES CLARIOND, Secretario de Economía, con fundamento en los artículos 302 párrafo 4 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte; 4o. fracción III, 5o. fracción V, 6o., 17, 20, 23 y 24 de la Ley de Comercio Exterior; 9o. fracción III, 26, 31, 32, 33 y 35 de su Reglamento, 1 y 5 fracción XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, y

CONSIDERANDO

Que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, aprobado por el Senado de la República el 22 de noviembre de 1993, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 20 de diciembre del mismo año, prevé entre sus objetivos, eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios entre los territorios de las partes;

Que el artículo 302 párrafo 4 del propio Tratado establece que cada una de las partes podrá adoptar o mantener medidas sobre las importaciones con el fin de asignar el cupo de importaciones realizadas según una cuota mediante aranceles (arancel-cuota), establecidos en el anexo 302.2, siempre y cuando tales medidas no tengan efectos comerciales restrictivos sobre las importaciones, adicionales a los derivados de la imposición del arancel-cuota;

Que es necesario propiciar esquemas de promoción accesibles a las empresas exportadoras de productos originarios e incrementar la utilización de los aranceles-cuota establecidos bajo el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y

Que el procedimiento de asignación del arancel-cuota de jugo de naranja cuenta con opinión favorable de la Comisión de Comercio Exterior, he tenido a bien expedir el siguiente:

**ACUERDO POR EL CUAL SE DAN A CONOCER LOS CUPOS PARA INTERNAR
A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA EN 2004 DENTRO DEL ARANCEL-CUOTA ESTABLECIDO
EN EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE, JUGO DE NARANJA ORIGINARIO
DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS**

ARTICULO PRIMERO.- El cupo que podrá ser internado a los Estados Unidos de América en 2004, dentro del arancel-cuota establecido para jugo de naranja originario de los Estados Unidos Mexicanos, para efecto de lo dispuesto en el artículo 302 párrafo 4 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, es el que se determina en el siguiente cuadro:

Fracción arancelaria	Descripción	Cantidad (litros)
2009.11.01	Jugo de naranja congelado	151'416,000

ARTICULO SEGUNDO.- Durante 2004 se aplicará al cupo de exportación a que se refiere el presente Acuerdo, el procedimiento de asignación directa.

ARTICULO TERCERO.- Podrán solicitar asignación del cupo a que se refiere el presente Acuerdo,

las personas físicas o morales productoras de jugo de naranja establecidas en los Estados Unidos Mexicanos. La asignación será otorgada por la Dirección General de Comercio Exterior, conforme a los siguientes criterios:

a) Exportadores tradicionales: se considerará el promedio de exportaciones de los últimos cuatro

años ajustada al cumplimiento de los compromisos de exportación de cada uno de los exportadores en el año anterior;

b) Exportadores nuevos: se asignará una cantidad igual a la cuota individual más pequeña otorgada en el año anterior.

Esta cantidad se obtendrá reduciendo proporcionalmente las cuotas de todas las demás empresas;

c) Devoluciones y castigos: los beneficiarios podrán devolver la cuota en las siguientes fechas del 9 al 13 de febrero y del 7 al 11 de junio de 2004. A las devoluciones posteriores a esta fecha se les aplicará un castigo en la cuota del año siguiente igual a la cantidad devuelta.

A la cuota no exportada que no sea devuelta, se le aplicará un castigo en la cuota del año siguiente igual al doble de la cantidad no devuelta, y

d) Reasignaciones: los montos devueltos se reasignarán entre las empresas de acuerdo a sus requerimientos.

ARTICULO CUARTO.- Las solicitudes de asignación del cupo a que se refiere este instrumento, deberán presentarse en el formato SE-03-011-1 "Solicitud de asignación de cupo", en la ventanilla de atención al público de la Representación Federal de esta Secretaría que corresponda. No existe hoja de requisitos específicos para este cupo en particular.

Una vez asignado el monto para importar dentro del arancel-cuota, la Secretaría, a través de la representación federal correspondiente, expedirá los certificados de cupo que correspondan, previa solicitud del interesado en el formato "Solicitud de certificados de cupo (obtenido por asignación directa)" SE-03-013-5.

El certificado de cupo es nominativo e intransferible, y deberá ser retornado a la oficina que lo expidió, dentro de los quince días siguientes al término de su vigencia.

La vigencia máxima de los certificados del cupo a que se refiere el presente Acuerdo, será al 31 de diciembre de 2004.

ARTICULO QUINTO.- Una vez asignado el monto para exportar dentro del arancel-cuota, la Secretaría, a través de la Dirección General de Comercio Exterior o de la representación federal correspondiente, expedirá los certificados de elegibilidad, previa solicitud del interesado en el formato Solicitud de certificado de cupo de exportación de jugo de naranja a los Estados Unidos de América SE-03-013-4.

ARTICULO SEXTO.- Los formatos citados en el presente Acuerdo, estarán a disposición de los interesados en la Dirección General de Comercio Exterior, en las Representaciones Federales de la Secretaría, y en la página de Internet de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, en la dirección electrónica www.cofemer.gob.mx.

TRANSITORIO

UNICO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación** y concluirá su vigencia el 31 de diciembre de 2004. México, D.F., a 9 de diciembre de 2003.- El Secretario de Economía, **Fernando de Jesús Canales Clariond.-** Rúbrica.

CONVENIO de Coordinación para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa, que celebran la Secretaría de Economía y el Estado de Veracruz.

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

CONVENIO DE COORDINACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL EJECUTIVO FEDERAL, A TRAVES DE LA SECRETARIA DE ECONOMIA, REPRESENTADA POR EL C. LIC. FERNANDO DE JESUS CANALES CLARIOND, EN SU CARACTER DE SECRETARIO DE ECONOMIA, ASISTIDO POR EL C. LIC. SERGIO ALEJANDRO GARCIA DE ALBA ZEPEDA, SUBSECRETARIO PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA Y POR LA OTRA, EL PODER EJECUTIVO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE, REPRESENTADO POR EL C. LIC. MIGUEL ALEMAN VELAZCO, EN SU CARACTER DE GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO, QUIEN ES ASISTIDO POR LOS CC. ING. EVERARDO SOUSA LANDA, DR. JUAN AMIEVA HUERTA Y C.P. RICARDO GARCIA GUZMAN, SECRETARIOS DE DESARROLLO ECONOMICO, DE FINANZAS Y PLANEACION Y CONTRALOR GENERAL, RESPECTIVAMENTE; A QUIENES EN LOS SUCESIVO SE LES DENOMINARA EN EL ORDEN INDICADO COMO LA "SECRETARIA" Y EL "GOBIERNO DEL ESTADO", AL TENOR DE LOS SIGUIENTES:

ANTECEDENTES

- I. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 25, que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales. Asimismo, impone al Estado el fomento de las actividades que demande el interés general y la concurrencia al desarrollo económico nacional, con responsabilidad social, de los sectores: público, privado y social.
- II. El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 establece que el objetivo de la política económica de la presente administración, es promover un crecimiento con calidad de la economía que induzca, entre otros aspectos, a un crecimiento sostenido y dinámico que permita crear empleos, disminuir la pobreza, abrir espacios a los emprendedores, promover la igualdad de oportunidades entre regiones, empresas y hogares, al mismo tiempo que promueva contar con recursos suficientes y canalizarlos a combatir los rezagos y financiar proyectos de inclusión al desarrollo.

Consecuentemente, el propio instrumento de planeación señala como uno de los objetivos rectores, el elevar y extender la competitividad del país como condición necesaria para alcanzar un crecimiento más dinámico y garantizar que éste conduzca a un desarrollo incluyente, para ello se prevé promover el desarrollo y la competitividad sectorial, crear infraestructura y servicios públicos de calidad, formación de recursos humanos y una nueva cultura empresarial y laboral, promover el uso y aprovechamiento de la tecnología y de la información, entre otras estrategias.

- III. El Programa de Desarrollo Empresarial 2001- 2006, en congruencia con el Plan Nacional de Desarrollo del mismo periodo, determina el imperativo de fomentar un entorno competitivo para el desarrollo de las empresas, promoviendo una intensa participación de las entidades federativas, de

los municipios e instituciones educativas y de investigación, así como la acción comprometida y solidaria de los organismos empresariales, empresarios y emprendedores.

- IV.** Con el fin de impulsar integralmente el desarrollo empresarial en el país, la Secretaría de Economía en el ámbito de su competencia, emitió los Acuerdos por los que se determinan las reglas de operación e indicadores de resultados para la asignación de subsidios destinados a: (1) la canalización a través del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FAMPYME); (2) la canalización a través del Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas (FIDECAP); (3) la operación del Fondo de Apoyo para el Acceso al Financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (FOAFI); (4) la canalización a través del Programa de Centros de Distribución en Estados Unidos (FACOE), en lo sucesivo denominados conjuntamente como los "FONDOS"; (5) la operación del Programa Marcha Hacia el Sur (PMS); (6) facilitar a las micro, pequeñas y medianas empresas el acceso a los servicios de consultoría y capacitación especializadas que brinda el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE); y (7) la operación del Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial y la Red Nacional de Centros Regionales para la Competitividad Empresarial (RED CETRO-CRECE), en lo sucesivo denominados estos últimos tres como los "PROGRAMAS", mismos que fueron publicados en el **Diario Oficial de la Federación** con fechas 14 de marzo de 2002, 25 de abril, 8 y 15 de mayo y 4 de junio, estos cuatro últimos de 2003.
- V.** Con el objeto de promover el desarrollo económico nacional y establecer los procedimientos de coordinación en materia de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa entre las autoridades federales, estatales, del Distrito Federal y municipales, con fecha 30 de diciembre de 2002 y en cumplimiento de las disposiciones constitucionales, el titular del Poder Ejecutivo Federal publicó en el **Diario Oficial de la Federación**, la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

DECLARACIONES

1. DECLARA LA "SECRETARIA" QUE:

- 1.1.** Es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal con base en las disposiciones contenidas en los artículos 90 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2 fracción I, 26 y 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- 1.2.** Le corresponde formular y conducir las políticas generales de industria, comercio exterior, interior, abasto y precios del país; estudiar y determinar mediante reglas generales, los estímulos fiscales necesarios para el fomento industrial, el comercio interior y exterior y el abasto, así como vigilar y evaluar sus resultados; asesorar a la iniciativa privada en el establecimiento de nuevas industrias en el de las empresas; promover, orientar, fomentar y estimular la industria nacional; promover, orientar, fomentar y estimular el desarrollo de la industria pequeña y mediana, y regular la organización de productores industriales; promover y, en su caso, organizar la investigación técnico-industrial; entre otras atribuciones.
- 1.3.** Con fundamento en los artículos 14 y 16 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y 1o., 2o. inciso A, fracción IV, 3o., 4o., 6o. fracciones IX y XIII del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, los CC. Lic. Fernando de Jesús Canales Clariond y Lic. Sergio Alejandro García de Alba Zepeda, en su carácter de Secretario de Economía y Subsecretario para la Pequeña y Mediana Empresa, respectivamente, tienen facultades para suscribir el presente instrumento jurídico.
- 1.4.** Con base en las disposiciones contenidas en los artículos 51, 52 y 54 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año 2003 y correlativos del año 2002, 3, 4 y 5 fracción XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, esta dependencia emitió los acuerdos a que se refiere el punto IV del apartado de antecedentes del presente Convenio.
- 1.5.** Conforme a lo dispuesto en el oficio número 712.03.015 de la Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto de la Secretaría de Economía de fecha 28 de enero de 2003, cuenta con los recursos presupuestales necesarios para el despacho de los asuntos de su competencia, particularmente de los inherentes a los "FONDOS" y "PROGRAMAS" a su cargo.

- 1.6. En los términos de los artículos 33 y 34 de la Ley de Planeación, la “SECRETARIA” celebra el presente Convenio como instrumento de coordinación con el “GOBIERNO DEL ESTADO” para que coadyuve, en el ámbito de su respectiva jurisdicción, a la consecución de los objetivos de la planeación nacional, establecer los procedimientos de coordinación en materia de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, y propiciar la planeación del desarrollo integral de esa entidad federativa.
- 1.7. Señala como domicilio legal el ubicado en la calle Alfonso Reyes número 30, colonia Condesa, en la Ciudad de México, Distrito Federal, con código postal 06140.
- 2. DECLARA EL “GOBIERNO DEL ESTADO” QUE:**
- 2.1. De conformidad con lo establecido en los artículos 43 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1o. de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, es un Estado Libre y Soberano que forma parte integrante de la Federación, cuyo Poder Ejecutivo lo ejerce el Gobernador del Estado, quien puede suscribir convenios de coordinación en nombre del mismo, con la participación de los titulares de las dependencias a las que el asunto corresponda.
- 2.2. Es su interés participar en el presente Convenio de Coordinación con la “SECRETARIA”, para la consecución de los objetivos de la planeación nacional, establecer los procedimientos de coordinación en materia de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y propiciar la planeación del desarrollo integral del Estado de Veracruz.
- 2.3. Con fundamento en los artículos 49 fracción XVII de la Constitución Política Local; 8, 9 y 10 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado; 1o. de la Ley de Planeación, todos los ordenamientos del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, el C. Lic. Miguel Alemán Velazco en su carácter de Gobernador del Estado y los CC. Ing. Everardo Sousa Landa, Dr. Juan Amieva Huerta y C.P. Ricardo García Guzmán en sus caracteres de Secretario de Desarrollo Económico, Secretario de Finanzas y Planeación y Contralor General, respectivamente, se encuentran facultados para suscribir el presente Convenio de Coordinación.
- 2.4. Señala como domicilio legal el ubicado en Palacio de Gobierno sin número, colonia Centro, en la Ciudad de Xalapa-Enríquez, Estado de Veracruz, con código postal 91000.

En virtud de lo anterior y con fundamento en los artículos 25, 43 y 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 26 y 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 33, 34 y 44 de la Ley de Planeación; 25 de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal; 2, 4, 5, 6, 10 fracciones I, II, III, VI y VIII, 11, 12 fracciones I, II, III, IV, VII, VIII, y X, y 13 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa; así como 49 fracción XVII de la Constitución Política; 8, 9 y 10 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; 1o. de la Ley de Planeación, los últimos tres ordenamientos del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, las partes celebran el presente Convenio de Coordinación, al tenor de las siguientes:

CLAUSULAS

OBJETO Y AMBITO DE APLICACION

PRIMERA.- El objeto del presente Convenio es establecer las bases y procedimientos de coordinación y cooperación entre la “SECRETARIA” y el “GOBIERNO DEL ESTADO” para promover el desarrollo económico en el Estado de Veracruz, a través del fomento a la creación y fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa; el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad; el incremento de su participación en los mercados y, en general, las iniciativas que en materia económica se presentan para impulsar el desarrollo integral de esa entidad federativa.

MATERIAS Y ACTIVIDADES DE COORDINACION

SEGUNDA.- La “SECRETARIA” y el “GOBIERNO DEL ESTADO” con el fin de implementar el objeto del presente Convenio, convienen en actuar de manera conjunta y consolidar recursos en las siguientes materias y actividades de coordinación:

- I. Propiciar la planeación del desarrollo económico integral del Estado de Veracruz;
- II. Promover un entorno favorable para la creación, desarrollo y crecimiento con calidad de la micro, pequeña y mediana empresa, en lo sucesivo referido en este instrumento como las “MIPYMES”, considerando las necesidades, el potencial y vocación del Estado o sus regiones;

- III. Participar en el desarrollo de un sistema general de información y consulta para la planeación sobre los sectores productivos y cadenas productivas;
- IV. Promover de manera coordinada las acciones de fomento para la competitividad de las "MIPYMES";
- V. Diseñar esquemas que fomenten el desarrollo de proveedores y distribuidores locales del sector público y demás sectores;
- VI. Promover la generación de políticas y programas de apoyo a las "MIPYMES" en sus respectivos ámbitos de competencia;
- VII. Fomentar una cultura empresarial y de procedimientos, prácticas y normas que contribuyan al avance de la calidad en los procesos de producción, distribución, mercadeo y servicio al cliente de las "MIPYMES";
- VIII. Promover el acceso financiero para las "MIPYMES";
- IX. Participar e impulsar esquemas para la modernización, innovación y desarrollo tecnológico en las "MIPYMES";
- X. Promover la aplicación de incentivos y apoyos para el desarrollo de la competitividad de las "MIPYMES";
- XI. Apoyar los "FONDOS" y los "PROGRAMAS" a que se refiere el numeral IV del apartado de antecedentes de este Convenio de Coordinación y que son operados por la "SECRETARIA", y
- XII. Determinar criterios para la elaboración conjunta de convenios de coordinación con los municipios y convenios de concertación con los organismos sociales y privados, a fin de fortalecer su participación en el desarrollo económico del Estado de Veracruz.

Las anteriores materias y actividades, son indicadas de forma enunciativa, sin perjuicio de que la "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO" acuerden otras que contribuyan al cumplimiento del objeto del presente instrumento jurídico.

ADENDAS DEL CONVENIO

TERCERA.- En el caso de que la "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO" determinen la necesidad de elaborar los programas y adendas relativas a la ejecución de las materias y actividades que se contienen en la cláusula precedente, establecen que éstos deberán considerar la aportación y aplicación de los recursos necesarios, la definición de objetivos y metas, los calendarios de ejercicio, las modalidades a que se sujetará su actuación conjunta y su participación operativa, así como la referencia a los instrumentos y mecanismos de control operativo y financiero con los que colaborarán para el eficaz cumplimiento de las actividades convenidas, debiendo identificarlos mediante un número progresivo.

El "GOBIERNO DEL ESTADO" ha autorizado al ingeniero Everardo Sousa Landa, en su calidad de Secretario de Desarrollo Económico para suscribir las adendas y cualquier modificación al presente Convenio.

FONDOS Y PROGRAMAS

CUARTA.- Para el desarrollo, ejecución y otorgamiento de subsidios y apoyos de los "FONDOS" y los "PROGRAMAS", las partes convienen en sujetarse en las disposiciones contenidas en los Acuerdos que determinan las Reglas de Operación e Indicadores de Resultados para la asignación de subsidios, publicados en el **Diario Oficial de la Federación**, así como en las disposiciones que deriven de éstos.

DISTRIBUCION DE RECURSOS

QUINTA.- Para el ejercicio fiscal del año 2003, la "SECRETARIA" señala que a través de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, tiene un monto destinado por cada uno de los "FONDOS" y los "PROGRAMAS" conforme a lo siguiente:

Fondo o Programa	Presupuesto asignado conforme al Presupuesto de Egresos de la Federación 2003 (cifras en millones de pesos)
-------------------------	--

FAMPYME	180.0
FIDECAP	261.5
FOAFI	150.0
FACOE	79.0
PMS	150.0
COMPITE	21.1
Red CETRO-CREECE	170.0
TOTAL	1011.6

La asignación y ejercicio de los recursos señalados, invariablemente estarán sujetos a las respectivas Reglas de Operación de cada uno de los “FONDOS” y los “PROGRAMAS”, así como a los manuales de operación y de procedimientos, que establecen conjuntamente, los términos y condiciones para asignar y ejercer los subsidios o apoyos a los proyectos que sean presentados tanto por el “GOBIERNO DEL ESTADO”, como por los restantes Gobiernos Estatales, el correspondiente al Distrito Federal, los Gobiernos Municipales, así como los organismos e instituciones sociales y privadas; en consecuencia, el señalamiento del presupuesto federal se realiza sólo con efectos declarativos.

SEXTA.- En el caso específico de los proyectos con cargo a los “FONDOS” que presente el

“GOBIERNO DEL ESTADO”, la “SECRETARIA” procurará en todo momento la asistencia y orientación al “GOBIERNO DEL ESTADO”, por lo que ambas partes buscarán apoyar a los mejores proyectos de acuerdo con el impacto esperado en el desarrollo económico, la protección y generación del empleo, el desarrollo regional, la viabilidad y la multiplicación de recursos a través de mayores aportaciones de los diferentes participantes.

Asimismo, las partes establecen que los proyectos serán sujetos a la evaluación, selección y aprobación en los términos de las Reglas de Operación de los “FONDOS” a través de los Consejos Directivos de cada uno de ellos.

COORDINACION PARA LOS FONDOS

SEPTIMA.- Con base en lo dispuesto en la cláusula anterior, las partes establecen que con el fin de establecer las bases de asignación y el ejercicio de los recursos de los “FONDOS” y los correspondientes al “GOBIERNO DEL ESTADO”, suscribirán “ADENDAS” en los términos de la cláusula tercera del presente Acuerdo de voluntades, en los que se procurará que las aportaciones sean en partes iguales, sin perjuicio de lo establecido en las Reglas de Operación de los “FONDOS”, mismas que serán destinadas, invariablemente, al apoyo de las “MIPYMES” en el Estado de Veracruz.

Adicionalmente, en la formulación de las “ADENDAS” inherentes a los “FONDOS”, se deberán indicar inequívocamente las líneas o tipos de apoyo en las que se comprometa la aportación de los recursos financieros, así como los proyectos productivos de los beneficiarios a través de las cédulas de registro y aprobación a que se refieren los “FONDOS”.

OCTAVA.- La “SECRETARIA”, con base en la suficiencia presupuestal autorizada en el Presupuesto de Egresos de la Federación vigente y por conducto de las unidades administrativas competentes, realizará las asignaciones presupuestales que respaldan los recursos y las erogaciones que se comprometan en las “ADENDAS”.

En su caso, los depósitos de los recursos federales con cargo a los “FONDOS”, estarán sujetos a la presentación previa por parte del “GOBIERNO DEL ESTADO” del recibo que en derecho corresponda, identificando los recursos de cada uno de los “FONDOS”.

Asimismo, el “GOBIERNO DEL ESTADO” se compromete a contar con una cuenta específica y exclusiva para la administración y ejercicio de los recursos, así como la descripción de los proyectos que hubieren resultado apoyados con recursos de los

“FONDOS”, misma que deberá ser registrada ante la Tesorería de la Federación de conformidad con las disposiciones federales aplicables.

NOVENA.- Conforme al calendario de ministraciones que se establezca en las “ADENDAS”, el “GOBIERNO DEL ESTADO” se obliga a canalizar los recursos de los “FONDOS” a los beneficiarios de los proyectos en que participe como Organismos Intermedios y que hubieren sido aprobados en términos de las disposiciones contenidas en las Reglas de Operación de los “FONDOS”, el Presupuesto de Egresos de la Federación del Ejercicio 2003, los manuales de operación y procedimientos, que le serán dados a conocer por la “SECRETARIA” a través de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, y demás disposiciones legales aplicables.

Asimismo, el “GOBIERNO DEL ESTADO” se obliga a que los instrumentos contractuales que se celebren con los beneficiarios para el otorgamiento final de los apoyos derivados de las “ADENDAS”, precisarán que los recursos públicos entregados, son sujetos a las acciones de vigilancia, control y evaluación de las autoridades federales y estatales competentes.

DECIMA.- Los recursos que aporte la “SECRETARIA” para el cumplimiento de los compromisos que deriven del presente Convenio y que se realicen con cargo a los “FONDOS”, serán considerados como subsidios federales en los términos de las disposiciones presupuestales y fiscales correspondientes; en consecuencia, no perderán el carácter federal al ser canalizados al “GOBIERNO DEL ESTADO” y estarán sujetos en todo momento a las disposiciones federales que regulan su control y ejercicio. Además de lo anterior, las partes acuerdan que todos los proyectos que sean considerados para el apoyo de los “FONDOS”, en ningún caso, comprenderán aquellas que tengan dependencia con la estructura orgánica de la Administración Pública Estatal, centralizada o paraestatal, del Estado de Veracruz.

DECIMA PRIMERA.- En el ejercicio de los recursos asignados con base en las Reglas de Operación de los “FONDOS”, el “GOBIERNO DEL ESTADO” particularmente se obliga a:

- I. Asesorar, orientar e informar a las “MIPYMES” beneficiarias de los “FONDOS” sobre los términos y condiciones del desarrollo de los proyectos productivos, particularmente de los contenidos en las cédulas de registro y aprobación;
- II. Entregar los recursos financieros establecidos en las “ADENDAS” para apoyar específicamente a los proyectos aprobados;
- III. Promover las acciones que resulten necesarias para asegurar el cumplimiento de la participación de los municipios, cámaras nacionales, regionales y estatales, organismos empresariales, asociaciones civiles y demás grupos sociales y privados que en su caso se comprometan al apoyo de los proyectos referidos en las cédulas de registro y aprobación; consecuentemente, quienes participen como Organismos intermedios de los proyectos aprobados deberán suscribir instrumentos específicos para la administración de los recursos que le sean entregados con cargo a los “FONDOS”;
- IV. Dar, de manera conjunta con el representante en el Estado de Veracruz de la “SECRETARIA”, seguimiento a la ejecución de los proyectos aprobados en lo general y al cumplimiento de las obligaciones de los beneficiarios en particular, conforme los procedimientos que determine la “SECRETARIA”;
- V. Informar, a la “SECRETARIA” por conducto del representante en el Estado, trimestralmente los indicadores de resultados contenidos en los “FONDOS” y un informe final en el que se señale los resultados obtenidos en cada proyecto de conformidad con los lineamientos que establezca la “SECRETARIA”, sin perjuicio de la información y comprobación que en su caso, soliciten las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de la Función Pública y demás autoridades competentes, y
- VI. En general, todas aquellas que resulten necesarias para el eficaz cumplimiento de cada proyecto.

DECIMA SEGUNDA.- Las partes acuerdan que podrán modificar, suspender o cancelar la ministración de los recursos asignados a los proyectos, obras o servicios con sujeción a lo dispuesto en las Reglas de Operación de los “FONDOS”, cuando:

- I. Los recursos federales o estatales asignados a los proyectos se utilicen para fines distintos a los establecidos en este instrumento, las “ADENDAS” que deriven del mismo y en lo general exista contravención de las disposiciones legales aplicables;
- II. No se rinda oportunamente los informes a que se refiere la cláusula anterior y demás información y documentos previstos en las “ADENDAS”, los “FONDOS” y manuales de operación y procedimientos, o bien, éstos contengan notoriamente información falsa o alterada;
- III. Con motivo de la inviabilidad de los proyectos aprobados, en razón de la alteración o cambio de las condiciones sobre la producción, organización, mercado, financieras o técnicas, entre otras;
- IV. Exista adecuaciones a los calendarios de gasto público o disminución de ingresos públicos que afecten de manera determinante el presupuesto autorizado para las partes, y
- V. En general, exista incumplimiento de los compromisos establecidos por las partes en este Convenio de Coordinación o sus “ADENDAS”.

CONTROL OPERATIVO Y FINANCIERO

DECIMA TERCERA.- Considerando las disposiciones contenidas en los artículos 29 de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal; 25 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio 2003 y el Decreto del Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave para el presente ejercicio fiscal, la “SECRETARIA” y el “GOBIERNO DEL ESTADO” se comprometen a ejecutar todas las actividades que impliquen erogaciones a cargo de los presupuestos, antes del 31 de diciembre de 2003.

Sin perjuicio de lo anterior, los recursos federales debidamente asignados y devengados en los términos de las disposiciones presupuestales y fiscales, pero no entregados a los beneficiarios, podrán trascender el ejercicio fiscal, en caso contrario, el “GOBIERNO DEL ESTADO”, en los términos que señale la “SECRETARIA”, deberá reintegrar, en un plazo que no excederá de 15 días naturales contados a partir del 31 de diciembre de 2003, a la Tesorería de la Federación, el saldo de la cuenta específica referida en la cláusula octava, incluyendo aquellos que resulten de rendimientos financieros e intereses y, en su caso, aquellos que existan sin asignación o con motivo de la cancelación de proyectos conforme a lo dispuesto en las Reglas de Operación de los “FONDOS”.

DECIMA CUARTA.- Por su parte, el “GOBIERNO DEL ESTADO” a través de la Secretaría de Desarrollo Económico, recabará y conservará en custodia la documentación comprobatoria del gasto y ejercicio de los recursos de aquellos proyectos en que hubiere participado como Organismos Intermedios, misma que deberá cumplir con los requisitos fiscales, asimismo, deberá llevar el registro de la operaciones programáticas y presupuestales a que haya lugar, los avances trimestrales físico-financieros y realizar un cierre de ejercicio, el cual deberá ser presentado a más tardar el 28 de febrero del año 2004.

PLANEACION E INFORMACION

DECIMA QUINTA.- A fin de que el Estado de Veracruz cuente con los instrumentos que contribuyan a la planeación económica el “GOBIERNO DEL ESTADO” conviene con la “SECRETARIA” en desarrollar o actualizar una política de fomento para la competitividad de las “MIPYMES”. Ambas partes se comprometen con pleno respeto a la soberanía estatal a que su política se encuentre en concordancia con el Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006.

DECIMA SEXTA.- El “GOBIERNO DEL ESTADO” procurará que en la formulación de la política económica se prevea una visión de largo plazo para elevar la productividad y competitividad en el Estado de Veracruz de las “MIPYMES”, así como la formulación de instrumentos que permitan la evaluación y actualización de manera incluyente de los sectores público, privado y social.

DECIMA SEPTIMA.- Por su parte, la “SECRETARIA” establecerá de común acuerdo con el “GOBIERNO DEL ESTADO”, los criterios e indicadores de desarrollo y sustentabilidad en que podrá ser formulada la política económica de este último, previendo la asesoría, orientación y apoyo que determinen las partes.

DECIMA OCTAVA.- Con el objeto de contar con un Sistema Nacional para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, la “SECRETARIA” y el “GOBIERNO DEL ESTADO” convienen en conjuntar esfuerzos y recursos para que el sistema comprenda el conjunto de acciones que realicen el sector público para el desarrollo de las “MIPYMES” de conformidad al “ADDENDUM” que suscriban ambas partes.

INVESTIGACION Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

DECIMA NOVENA.- El “GOBIERNO DEL ESTADO” conviene con la “SECRETARIA” en participar en la promoción y difusión de acciones y programas de investigación y transferencia tecnológica.

VIGESIMA.- El “GOBIERNO DEL ESTADO” se compromete a identificar los proyectos prioritarios de investigación y transferencia tecnológica, mismos que deberán hacerse del conocimiento de la “SECRETARIA”.

Por su parte, la “SECRETARIA” se compromete apoyar complementariamente al “GOBIERNO DEL ESTADO” en la realización de los talleres de identificación y captura de necesidades y/o demandas científico tecnológicas para la modernización, desarrollo y transferencia tecnológica de las “MIPYMES”.

La “SECRETARIA” apoyará al “GOBIERNO DEL ESTADO” en la difusión de sus demandas ante la comunidad científica y tecnológica.

VIGESIMA PRIMERA.- Los proyectos prioritarios de investigación y desarrollo tecnológico, serán apoyados por la “SECRETARIA” a través del Fondo Sectorial de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo Económico, siempre y cuando cumplan con las disposiciones contenidas en las Reglas de Operación, la convocatoria que emita el Comité Técnico y se cuente con la suficiencia presupuestal requerida.

VIGESIMA SEGUNDA.- Una vez dictaminadas favorablemente las propuestas de investigación o transferencia tecnológica por el Fondo Sectorial de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo Económico, el “GOBIERNO DEL ESTADO” se compromete a aportar a dicho fondo, en una proporción de 1:1, la cantidad que se comprometa mediante el “ADDENDUM” respectivo, mismo que formará parte integral de este instrumento jurídico.

DESARROLLO DE PROVEEDORES Y DISTRIBUIDORES LOCALES

VIGESIMA TERCERA.- La “SECRETARIA” y el “GOBIERNO DEL ESTADO” convienen en los términos de las disposiciones legales que correspondan, en promover esquemas que fomenten y faciliten la compra de productos y contratación de servicios nacionales competitivos de las “MIPYMES” por el sector público, previendo una gradualidad en las asignaciones de la totalidad de las adquisiciones y arrendamientos de bienes y servicios que realicen las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y Estatal.

VIGESIMA CUARTA.- Para tal efecto, las partes convienen en formular un programa estatal que permita como meta indicativa y en forma gradual, la planeación de corto, mediano y largo plazo para promover las adquisiciones de bienes, contratación de servicios y realización de obra pública a cargo de las “MIPYMES”.

CONSEJO ESTATAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

VIGESIMA QUINTA.- El “GOBIERNO DEL ESTADO” mediante Decreto número 42 de fecha 8 de abril de 1981, creó el Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Veracruz (COPLADEVER), con fundamento en la Ley número 52 de Planeación, de fecha 20 de enero de 1987, constituyéndose dentro de su estructura el Subcomité Especial de Competitividad Empresarial y Desarrollo Productivo, instalado el 18 de junio de 2002.

VIGESIMA SEXTA.- Mediante Acuerdo 01.03.ORD.03, los integrantes del Subcomité Especial de Competitividad Empresarial y Desarrollo Productivo del Estado de Veracruz, determinaron aprobar la homologación de las facultades del Subcomité para asumir el carácter, el objeto y las funciones del Consejo Estatal para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, con fundamento en lo establecido en el artículo sexto transitorio de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, publicada en el **Diario Oficial de la Federación** el 30 de diciembre de 2002, en consecuencia, dicho Subcomité realizará entre otras funciones:

- I. Evaluar y proponer medidas de apoyo para promover la competitividad de las cadenas productivas y de las “MIPYMES”;

- II. Promover mecanismos para el cumplimiento de los objetivos previstos en el artículo 4 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y
- III. Discutir, analizar y opinar sobre las propuestas y proyectos que realicen los municipios y los sectores para el desarrollo de las "MIPYMES", ante la "SECRETARIA" por conducto de la Subsecretaría para la pequeña y mediana empresa.

VIGESIMA SEPTIMA.- El "GOBIERNO DEL ESTADO" se compromete a realizar las adecuaciones legales correspondientes para que el Subcomité Especial de Competitividad Empresarial y Desarrollo Productivo del Estado de Veracruz, sea conformado en los términos de las disposiciones contenidas en los artículos 24 y 25 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, así como observar los lineamientos que emita el Consejo Nacional para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

DIFUSION Y DIVULGACIÓN DE ACCIONES

VIGESIMA OCTAVA.- La "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO" por los medios de difusión más convenientes, promoverán y divulgarán entre los promotores, ejecutores, responsables de los proyectos e interesados en general, las características, alcances y resultados de la coordinación y cooperación prevista en el presente Convenio de Coordinación.

En todo caso, las partes acuerdan que la difusión y divulgación que se realice por medios impresos y electrónicos, particularmente respecto a los "FONDOS y/o PROGRAMAS": FAMPYME, FIDECAP, FOAFI, FACOE, PMS, COMPITE, RED CETRO-CREECE, deberán incluir expresamente y en forma idéntica la participación de la "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO", y contener la leyenda: "Este programa es de carácter público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el uso de este programa con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este programa deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente".

Adicionalmente, las partes convienen en promover y fomentar la transparencia de la asignación y ejercicio de los recursos destinados a los apoyos de los proyectos a que se refiere el presente Convenio, consecuentemente, promoverán la publicación del padrón de beneficiarios y de los proyectos apoyados, así como sus avances físicos-financieros en las páginas electrónicas establecidas en el sistema Internet que tengan disponibles.

REPRESENTANTES DE LAS PARTES

VIGESIMA NOVENA.- Para la adecuada ejecución de las actividades a que se refiere el presente Convenio de Coordinación y el logro de su objeto, la "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO", en el ámbito de sus respectivas competencias, acuerdan designar a un representante.

Por parte de la "SECRETARIA" se designa a:

El Delegado en el Estado de Veracruz de la Secretaría de Economía, con domicilio en la calle San Luis Potosí número 11, Colonia Belisario, Municipio de Jalapa, Veracruz.

Por parte del "GOBIERNO DEL ESTADO" se designa a:

El Secretario de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, con domicilio en bulevar Cristóbal Colón número 5, fraccionamiento Jardines de las Animas, Torre Animas, Municipio de Xalapa-Enríquez, Veracruz.

La designación que en este Convenio de Coordinación señala la "SECRETARIA", se realiza sin perjuicio de las facultades y/o atribuciones y/o responsabilidades que correspondan a otras unidades administrativas de la propia dependencia.

TRIGESIMA.- Cada representante, en el ámbito de su competencia y con sujeción a la normatividad y a las disposiciones que emitan las partes, tendrá las siguientes responsabilidades:

- I. Ejecutar las disposiciones y mecanismos para la coordinación y supervisión del objeto de este instrumento jurídico;

- II. Realizar supervisiones y evaluaciones para determinar el grado del cumplimiento de los compromisos asumidos por las partes;
- III. Concentrar, sistematizar y difundir la información inherente a las acciones previstas en este instrumento jurídico;
- IV. Informar a la "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO", cuando menos en forma trimestral, de los avances y resultados de las acciones relacionadas con el objeto de este Convenio, y
- V. En general, ejecutar todos aquellos actos y acciones que sean necesarios para el desarrollo económico del Estado de Veracruz.

CONVENCIONES GENERALES

TRIGESIMA PRIMERA.- El personal de cada una de las partes que sea designado para la realización de cualquier actividad relacionada con este Convenio de Coordinación, permanecerá en forma absoluta bajo la dirección y dependencia de la entidad con la cual tiene establecida su relación laboral, mercantil, civil, administrativa o cualquier otra, por lo que no se creará una subordinación de ninguna especie con la parte opuesta, ni operará la figura jurídica de patrón sustituto o solidario; lo anterior, con independencia de estar prestando sus servicios fuera de las instalaciones de la entidad por la que fue contratada o realizar labores de supervisión de los trabajos que se realicen.

TRIGESIMA SEGUNDA.- En los casos de incumplimiento de las obligaciones a cargo del "GOBIERNO DEL ESTADO" o la contravención a las disposiciones legales por éste, la "SECRETARIA" podrá suspender temporalmente o definitivamente la ministración de los recursos pactados.

Sin perjuicio de lo anterior, la Secretaría de la Función Pública y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en el ámbito de sus respectivas competencias, podrán llevar a cabo la supervisión sobre el control y ejercicio de los recursos federales aportados por la "SECRETARIA".

TRIGESIMA TERCERA.- Las situaciones no previstas en el presente Convenio y, en su caso, las modificaciones o adiciones que se realicen, serán pactadas de común acuerdo entre las partes y se harán constar por escrito, surtiendo sus efectos a partir del momento de su suscripción.

TRIGESIMA CUARTA.- Las partes manifiestan que las obligaciones y derechos contenidos en este instrumento, son producto de la buena fe, por lo que realizarán todas las acciones necesarias para su debido cumplimiento; en caso de que se suscitase duda o controversia en la interpretación y cumplimiento del mismo, se sujetarán a las disposiciones establecidas en el artículo 44 de la Ley de Planeación.

TRIGESIMA QUINTA.- El presente Convenio entrará en vigor el día de su firma, pudiendo ser revisado, modificado o adicionado de común acuerdo por las partes, en los términos de la cláusula trigésima segunda de este instrumento jurídico y su vigencia no excederá el 31 de diciembre de 2003.

TRIGESIMA SEXTA.- La terminación de la vigencia del presente Convenio de Coordinación, no afectará los derechos adquiridos por terceros, por lo que con sujeción a los ordenamientos legales aplicables, la "SECRETARIA" y el "GOBIERNO DEL ESTADO" continuarán ejerciendo los recursos presupuestales autorizados y devengados.

TRIGESIMA SEPTIMA.- En cumplimiento de las disposiciones contenidas en el artículo 36 de la Ley de Planeación, el presente Convenio de Coordinación será publicado en el **Diario Oficial de la Federación**.

Enteradas las partes de sus términos y alcances legales del presente instrumento jurídico, lo firman por cuadruplicado en la ciudad de Xalapa-Enríquez, Veracruz, a los diecisiete días del mes de septiembre de dos mil tres.- Por la Secretaría: el Secretario, **Fernando de Jesús**

Canales Clariond.- Rúbrica.- El Subsecretario para la Pequeña y Mediana Empresa, **Sergio Alejandro García de Alba Zepeda.-** Rúbrica.- Por el Gobierno del Estado: el Gobernador, **Miguel Alemán Velazco.-** Rúbrica.- El Secretario de Finanzas y Planeación, **Juan Amieva Huerta.-** Rúbrica.- El Secretario de Desarrollo Económico, **Everardo Sousa Landa.-** Rúbrica.-

El Contralor General del Estado, **Ricardo García Guzmán.-** Rúbrica.

RELACION de declaratorias de libertad de terreno número 30/2003.

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

RELACION DE DECLARATORIAS DE LIBERTAD DE TERRENO 30/2003

La Secretaría de Economía, a través de su Dirección General de Minas, con fundamento en los artículos 1o. y 14 párrafo segundo de la Ley Minera; 6o. fracción III y 33 de su Reglamento, y 33 fracción VIII del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, y con motivo de haberse tenido por desistidos a los interesados respecto de las solicitudes de exploración correspondientes, en términos de lo dispuesto por el artículo 22 fracción III segundo párrafo del Reglamento vigente de la misma Ley Minera, resuelve:

PRIMERO.- Se declara la libertad de terreno de los lotes mineros que a continuación se listan, sin perjuicio de terceros:

AGENCIA	EXPEDIENTE	NOMBRE DEL LOTE	SUPERFICIE (HAS.)	MUNICIPIO	ESTADO
SALTILLO, COAH.	15158	COYOTITOS	100	HIDALGO	COAH.
SALTILLO, COAH.	14432	ROMEO	150	MELCHOR MUZQUIZ	COAH.
SALTILLO, COAH.	14505	CANDY	414	MELCHOR MUZQUIZ	COAH.
SALTILLO, COAH.	14371	TAURO 5	60	OCAMPO	COAH.
SALTILLO, COAH.	14433	EL CENIZO	104	SABINAS	COAH.
SALTILLO, COAH.	14327	EL 23	188	SAN PEDRO DE LAS COLONIAS	COAH.
SALTILLO, COAH.	14328	LA ZAKATOSA	100	SAN PEDRO DE LAS COLONIAS	COAH.
CHIHUAHUA, CHIH.	31562	LA STONE	75	CHIHUAHUA	CHIH.
CHIHUAHUA, CHIH.	31460	ISIS	27	PARRAL	CHIH.
DURANGO, DGO.	29990	DOS ESTRELLAS	26	OCAMPO	DGO.
DURANGO, DGO.	30713	LA ESPERANZA 2	150	PUEBLO NUEVO	DGO.
DURANGO, DGO.	30101	LA CALERA	46	SAN DIMAS	DGO.
GUADALAJARA, JAL.	09878	CAMPANARIO DEL DIABLO	294	SAN MARCOS	JAL.
MORELIA, MICH.	07306	BLANCA ESTELA	100	AGUILILLA	MICH.
MORELIA, MICH.	07309	LLORARAS, LLORARAS	100	AGUILILLA	MICH.
MORELIA, MICH.	07311	LA CUMBRE	42	APATZINGAN	MICH.
TEPIC, NAY.	06306	STA. TERESA	700	HUAJICORI	NAY.
TEPIC, NAY.	06720	MEZQUITES 11	64	IXTLAN DEL RIO	NAY.
TEPIC, NAY.	06760	JUAN DIEGO	20	XALISCO	NAY.
SAN LUIS POTOSI, S.L.P.	20884	SORPRESA	120	GUADALCAZAR	S.L.P.
SAN LUIS POTOSI, S.L.P.	19234	SORPRESA	100	VILLA DE ARISTA	S.L.P.
CULIACAN, SIN.	11958	LA GALEANA 11	60	CONCORDIA	SIN.
CULIACAN, SIN.	11905	EL FOCO	60	CHOIX	SIN.
HERMOSILLO, SON.	20528	LA CAMPANA	16	CABORCA	SON.
HERMOSILLO, SON.	26794	CHUSMA	116.2031	PUERTO PEÑASCO	SON.
HERMOSILLO, SON.	27013	TRIANGULO DE ORO	8200	SAHUARIPA	SON.

SEGUNDO.- De conformidad con lo dispuesto por los artículos 6o. último párrafo, y 33 fracción V del Reglamento de la Ley Minera, los terrenos que se listan en el resolutivo anterior serán libres una vez transcurridos 30 días naturales después de la publicación de la presente Declaratoria en el **Diario Oficial de la Federación**, a partir de las 10:00 horas. Cuando esta declaratoria surta efectos en un día inhábil, el terreno o parte de él podrá ser solicitado a las 10:00 horas del día hábil siguiente.

TERCERO.- Las unidades administrativas ante las cuales los interesados podrán solicitar información adicional respecto a los lotes que se listan en la presente Declaratoria, de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 99 del Reglamento de la Ley Minera, son:

La Subdirección de Minería adscrita a la Delegación Federal de la Secretaría que corresponda a la entidad federativa de ubicación del lote, así como la Dirección General de Minas, sita en calle de Acueducto número 4, esquina Calle 14 bis, colonia Reforma Social, código postal 11650, en la Ciudad de México, D.F.

CUARTO.- Conforme a lo dispuesto por la disposición Quinta del Manual de Servicios al Público

en Materia Minera, que señala la circunscripción de las agencias de minería, las solicitudes de concesión de exploración deberán presentarse en la agencia de minería que corresponda a la entidad federativa de ubicación del lote.

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 11 de diciembre de 2003.- El Director General de Minas, **Luis Raúl Escudero Chávez**.- Rúbrica.

RESOLUCION final de la investigación antidumping sobre las importaciones de losetas o baldosas cerámicas esmaltadas, cuadradas o rectangulares, para recubrir piso y muro (recubrimientos cerámicos), mercancía actualmente clasificada en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, originarias del Reino de España.

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

RESOLUCION FINAL DE LA INVESTIGACION ANTIDUMPING SOBRE LAS IMPORTACIONES DE LOSETAS O BALDOSAS CERAMICAS ESMALTADAS, CUADRADAS O RECTANGULARES, PARA RECUBRIR PISO Y MURO (RECUBRIMIENTOS CERAMICOS), MERCANCIA ACTUALMENTE CLASIFICADA EN LA FRACCION ARANCELARIA 6908.90.01 DE LA TARIFA DE LA LEY DE LOS IMPUESTOS GENERALES DE IMPORTACION Y DE EXPORTACION, ORIGINARIAS DEL REINO DE ESPAÑA.

Visto para resolver el expediente administrativo 04/02 radicado en la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales de la Secretaría de Economía, en adelante la Secretaría, se emite la presente Resolución final de conformidad con los siguientes:

RESULTANDOS

Presentación de la solicitud

1. El 30 de enero de 2002, las empresas Lamosa Revestimientos, S.A. de C.V., en lo sucesivo Lamosa; Manufacturas Vitromex, S.A. de C.V., en lo sucesivo Vitromex; Porcel, S.A. de C.V., en lo sucesivo Porcel, y Porcelanite, S.A. de C.V., en lo sucesivo Porcelanite, por conducto de sus representantes legales, comparecieron ante la Secretaría para solicitar el inicio de la investigación antidumping y la aplicación del régimen de cuotas compensatorias sobre las importaciones de losetas o baldosas cerámicas esmaltadas, cuadradas o rectangulares, para recubrir piso y muro, en lo sucesivo recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España.

2. Las solicitantes argumentaron que en el periodo comprendido del 1 de enero al 30 de junio de 2001, las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España, se efectuaron en condiciones de discriminación de precios, lo que ha causado daño o amenaza de 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.

Empresas solicitantes

3. Lamosa, Vitromex, Porcel y Porcelanite, son empresas constituidas conforme a las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, con domicilio para oír y recibir notificaciones en Vicente Suárez número 42-A, despacho 2, colonia Condesa, código postal 06140, en México, Distrito Federal, y cuya actividad principal consiste en la fabricación y comercialización de recubrimientos cerámicos.

4. Asimismo, conforme a lo previsto en el artículo 40 de la LCE, las solicitantes manifestaron que durante el periodo comprendido del 1 de enero al 30 de junio de 2001, representaron en forma conjunta el 65 por ciento de la producción nacional del producto investigado.

Información sobre el producto

A. Descripción del producto

5. El nombre genérico del producto investigado de fabricación nacional y de importación es losetas o baldosas cerámicas esmaltadas, cuadradas o rectangulares para recubrir piso y muro (recubrimientos cerámicos).

B. Tratamiento arancelario

6. 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 del Reino de España ingresa por la fracción arancelaria 6908.90.01 y se describe como azulejos de forma cuadrada o rectangular, losas y artículos similares de cerámica para mosaicos, barnizados o esmaltados, incluso con soporte.

La unidad de medida es el kilogramo, aunque en las operaciones comerciales normales prevalece la venta por metro cuadrado. Asimismo, a partir del 12 de julio de 1999, dichos productos están sujetos a un precio estimado.

7. De acuerdo con el Segundo Decreto que modifica a la entonces Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación, publicado el 31 de diciembre de 1998 en el **Diario**

Oficial de la Federación, en lo sucesivo DOF, los productos originarios de países con los cuales los Estados Unidos Mexicanos no tienen suscritos acuerdos comerciales, que se clasifican por la fracción 6908.90.01, están sujetos a un impuesto *ad valorem* de 23 por ciento a partir del 1 de enero de 1999.

8. Para los países con los cuales los Estados Unidos Mexicanos tienen suscritos tratados de libre comercio aplican aranceles que oscilan entre 0.9 y 10 por ciento, según el país de que se trate; los Estados Unidos de América, Canadá, la República de Chile, la República de Nicaragua, el Estado de Israel y la República Oriental de Uruguay no están sujetos al pago de arancel. Por otra parte, de acuerdo con los aranceles aduaneros sobre importaciones originarias de la Comunidad Europea, publicados el 26 de junio de 2000 en DOF, las importaciones sujetas a investigación originarias del Reino de España están sujetas a un tipo de desgravación C y en 2003 registraron una tasa arancelaria del 10 por ciento y quedarán exentas el 1 de enero de 2007.

Inicio de la investigación

9. Una vez cubiertos los requisitos previstos en la LCE y en el Reglamento de la Ley de Comercio Exterior, en lo sucesivo RLCE, el 16 de mayo 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 recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España, para lo cual se fijó como periodo de investigación el comprendido del 1 de enero al 30 de junio de 2001.

Convocatoria y notificaciones

10. 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.

11. Asimismo, 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, al gobierno del Reino de España y a las empresas importadoras y exportadoras de que tuvo conocimiento, corriéndoles traslado a estas últimas de la solicitud y de sus anexos, así como de los formularios de investigación, con el objeto de que presentaran la información requerida y formularan su defensa.

Comparecientes

12. Derivado de la convocatoria y notificaciones descritas en los puntos 10 y 11 de esta Resolución, comparecieron las empresas solicitantes, importadoras y exportadoras, cuyas razones sociales y domicilios se mencionan a continuación, así como la Delegación de la Comisión Europea.

A. Solicitantes

Lamosa, Porcel, Vitromex y Porcelanite.

Vicente Suárez número 42-A, despacho 2, colonia Condesa, código postal 06140, México, Distrito Federal.

B. Importadoras

Azulejera Jamam, S.A. de C.V.; Comercializadora de Cerámica, S.A. de C.V.; Ferretería Baldor, S.A. de C.V.; Grupo Sanimex Ayuntamiento, S.A. de C.V.; Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, S.A. de C.V.; Papeles Pintados Iberia, S.A. de C.V.; Porcelanato, S.A. de C.V.; Recubre, S.A. de C.V. y Rocersa México, S.A. de C.V.

Bulevar Manuel Avila Camacho número 24, PH, colonia Lomas de Chapultepec, código postal 11000, México, Distrito Federal.

Alaplana México, S.A. de C.V.; Ballesmar de México, S.A. de C.V.; Cerfomex, S.A. de C.V.; GNK México, S.A. de C.V.; Peronda México, S.A. de C.V.; Porcelanosa México, S.A. de C.V.; Superficies Decorativas, S.A. de C.V. y Tau México, S.A. de C.V.

Paseo de los Tamarindos número 400, Torre B, piso 7, colonia Bosques de las Lomas, código postal 05120, México, Distrito Federal.

Casa Ortiz, S.A. de C.V.

Rousseau número 14, piso 9, colonia Nueva Anzures, México, Distrito Federal.

C. Exportadoras

Arte y Diseño Cerámico, S.A.; Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos; Azteca Cerámica, S.L.; Azteca Gres, S.L.; Azu Vi, S.A.; Azulejera La Plana, S.A.; Azulejera Técnica, S.A.; Azulejos Cabrera, S.A.; Azulejos Mallol, S.A.; Azulejos Plaza, S.A.; Azulejos Sanchis, S.L.; Azulejos Vives, S.A.; Azulev, S.A.; Azuliber 1, S.L.; Azulmat, S.L.; Ballesmar, S.L.; Cerámicas Azahar, S.A.; Cerámicas Diago, S.A.; Cerámica Elite Plus, S.L.; Cerámica Estilker, S.L.; Cerámicas Fanal, S.A.; Cerámicas Gaya, S.A.; Cerámica Gómez, S.A.; Cerámica Latina, S.L.; Cerámica Nulense, S.A.; Cerámica Saloni, S.A.; Cerámica Vives, S.A.; Cerpa, S.L.; Cerypsa Cerámicas, S.A.; Colorker, S.A.; Colorker Porcelánico, S.A.; Cristal Cerámicas, S.A.; Decocer, S.A.; Detalles Cerámicos, S.L.; Dual Gres, S.A.; Egeum 2000, S.L.; Estudio Cerámico, S.L.; Garogres, S.A.; Gresitec, S.A.; Grespania, S.A.; Halcón Cerámicas, S.A.; Hijos de Cipriano Castillo Alfonso, S.L.; Hispania Cerámica, S.A.; Hispanoazul, S.A.; Industrias Alcorenses Confederadas, S.A.; Industria Cerámica Alcorense, S.L.; Italcerámica, S.A.; José Oset y Cía., S.L.; Keraben, S.A.; La Platera, S.A.; Lucena Cerámicas, S.A.; Metrópol Cerámica, S.L.; Navarti Cerámica, S.L.; Pamesa Cerámica, S.A.; Peris y Cía., S.A.; Porcelanatto, S.A.; Porcelanosa, S.A.; Realonda, S.A.; Sichar Cerámica, S.A.; Sucesores de Manuel Gómez Gómez y Cía., S.L.; Supercerámica, S.A.; Taullel, S.A.; Undefasa, S.A.; Venis, S.A.; Venus Cerámica, S.A.; Venus Dos, S.A.; Vives Azulejos y Gres, S.A. y Zirconio, S.A.

Paseo de los Tamarindos número 400, Torre B, piso 7, colonia Bosques de las Lomas, código postal 05120, México, Distrito Federal.

Roig Cerámica, S.A.

Blvd. Manuel Avila Camacho número 24, PH, colonia Lomas de Chapultepec, código postal 11000, México, Distrito Federal.

D. Gobierno

Delegación de la Comisión Europea en los Estados Unidos Mexicanos.

Paseo de la Reforma 1675, colonia Lomas de Chapultepec, código postal 11000, México, Distrito Federal.

Réplica de la solicitante

13. En ejercicio del derecho de réplica que les confiere el artículo 164 párrafo segundo del RLCE, Lamosa, Porcel, Porcelanite y Vitromex, mediante escrito del 28 de agosto de 2002, presentaron sus contraargumentaciones respecto de la información, argumentos y pruebas presentadas por las demás partes interesadas.

Resolución preliminar

14. Como resultado del análisis de la información, argumentos y pruebas presentadas en la etapa preliminar de este procedimiento, la Secretaría publicó en el DOF del 26 de marzo de 2003, la resolución preliminar sobre las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España, en el sentido de continuar el procedimiento de investigación antidumping sin imponer cuotas compensatorias provisionales.

Convocatoria y notificaciones

15. Mediante la publicación a que se refiere el punto anterior, la Secretaría convocó a los productores nacionales, 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 y a presentar las argumentaciones y pruebas complementarias que estimaran pertinentes, conforme a lo dispuesto en el artículo 164 del RLCE.

16. Asimismo, con fundamento en los artículos 57 de la LCE y 142 del RLCE, la autoridad instructora procedió a notificar al gobierno del Reino de España, a la Delegación de la Comisión Europea en los Estados Unidos Mexicanos, y a las empresas solicitantes, importadoras y exportadoras de que tuvo conocimiento, la resolución preliminar de la investigación antidumping, concediéndoles un plazo que venció el 13 de mayo de 2003, para que presentaran las argumentaciones y pruebas complementarias que estimaran pertinentes.

Reuniones técnicas de información

17. Dentro del plazo establecido en el artículo 84 del RLCE, las empresas solicitantes, importadoras y exportadoras comparecientes solicitaron la realización de una reunión técnica de información, con el objeto de conocer la metodología utilizada por la Secretaría en la resolución preliminar para determinar el margen de discriminación de precios y el daño, así como la relación causal.

18. El 1, 2 y 3 de abril de 2003, se celebraron las reuniones técnicas de información con los representantes de las empresas exportadoras, importadoras y solicitantes. De estas sesiones la Secretaría levantó reportes, mismos que obran en el expediente administrativo del caso de conformidad con el artículo 85 del RLCE.

Prórrogas

19. En atención a las solicitudes formuladas por algunas empresas importadoras y exportadoras comparecientes, la Secretaría les concedió una prórroga de 4 días hábiles para presentar argumentos y pruebas, la cual venció el 19 de mayo de 2003. De igual manera dicha prórroga fue notificada a las demás empresas importadoras comparecientes, a la exportadora Roig Cerámica, S.A., en lo sucesivo Roig Cerámica, al gobierno del Reino de España, así como a la Delegación de la Comunidad Europea.

20. Asimismo, la Secretaría otorgó a las empresas importadoras y exportadoras que lo solicitaron una prórroga adicional de 4 días hábiles, la cual venció el 23 de mayo de 2003.

Argumentos y medios de prueba de las comparecientes

21. Derivado de la convocatoria y notificaciones a que se refieren los puntos 15 y 16 de esta Resolución, para la etapa final del procedimiento comparecieron las partes interesadas que a continuación se señalan, quienes presentaron información, argumentos y pruebas complementarias que, junto con las exhibidas en la etapa anterior de la investigación, fueron analizadas y valoradas por la autoridad investigadora.

Importadoras

Alaplana México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Alaplana.

22. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Alaplana argumentó lo siguiente:

- A.** En la resolución preliminar la Secretaría señaló su imposibilidad de calcular un margen de discriminación de precios específico, en virtud de que la información de Alaplana fue desestimada.
- B.** Se presentan aclaraciones al anexo 2 B del formulario oficial.

23. Para acreditar lo anterior la empresa presentó:

- A.** Información aclaratoria del llenado y fórmulas utilizadas en el anexo 2.B del formulario oficial.
- B.** Reconstrucción del precio de exportación de enero a junio de 2001.
- C.** Prorrato por costo de ventas según gastos de estados financieros.
- D.** Prorrato de gastos realizados en importaciones.

Cerfomex, S.A. de C.V., en lo sucesivo Cerfomex.

24. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó que en virtud de que en la resolución preliminar la Secretaría determinó que no pudo reconstruir el precio de exportación y por lo tanto calcular un margen de discriminación de precios a Porcelanatto, S.A., en lo sucesivo Porcelanatto, ya que ésta y su empresa relacionada Cerfomex respondieron de manera incompleta el requerimiento de información, presenta el anexo 2.B

del formulario oficial, en el cual se realizaron los ajustes correspondientes y se explica a detalle las razones que motivaron dichas modificaciones.

25. Para acreditar lo anterior, Cerfomex presentó:

- A. Reconstrucción del precio de exportación de enero a junio de 2001.
- B. Copia de facturas de venta en el mercado interno de junio y agosto de 2001.
- C. Relación de fletes de agosto de 2001 y copia de facturas por el mismo concepto.
- D. Copia de factura de venta entre empresas relacionadas en 2001.
- E. Copia de pedimentos de importación correspondientes al periodo investigado.
- F. Copias de transferencias de pago a Porcelanatto en 2001.

Comercializadora de Cerámica, S.A. de C.V., en lo sucesivo Comercializadora de Cerámica.

26. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Comercializadora de Cerámica argumentó lo siguiente:

- A. Existe falta de motivación de la Secretaría al decidir verificar únicamente al productor nacional Porcelanite, ya que la autoridad debió motivar y razonar cuáles fueron los hechos o circunstancias específicas que la llevaron a tomar su decisión de verificar a una empresa y excluir a las otras.
- B. Si la autoridad decide verificar solamente a una empresa solicitante estaría obrando de manera incompatible con el artículo 4.1 del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, en lo sucesivo Acuerdo Antidumping, que define a la rama de producción nacional.
- C. La Secretaría no valoró la totalidad de argumentos y pruebas sobre la no similitud entre el producto nacional y el importado.
- D. Se debe excluir en definitiva del alcance de la investigación a las piezas especiales, porcelánicos y a los recubrimientos cerámicos con dimensiones superiores a 25 X 40 en muros y 40 X 40 en pisos.
- E. Si bien Comercializadora de Cerámica no presentó una propuesta a la Secretaría para la determinación de márgenes de discriminación de precios, lo cierto es que ante la eventual imposición de una cuota compensatoria resultarían afectados sus intereses.
- F. Con relación a los márgenes residuales que la Secretaría determinó para el resto de los exportadores, se considera que la mejor información disponible para efecto de la determinación de dicho margen es la de los exportadores comparecientes en la investigación y no la proporcionada por los productores nacionales solicitantes ya que dicha información adolece de diversos aspectos metodológicos y procedimentales.
- G. Para contrarrestar los efectos negativos de la práctica desleal, el margen residual de discriminación de precios debe sustentarse en el promedio ponderado del margen de dumping de las empresas comparecientes que efectivamente realizaron ventas en el mercado interno del Reino de España y ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos del producto investigado durante el periodo de investigación.
- H. No obstante que el producto nacional e importado comparten canales de comercialización, dichos productos se dirigen a diferentes segmentos de mercado y por tanto no compiten entre sí. Mientras que el producto nacional se destina al mercado de consumidores de menores recursos económicos, el producto importado, por sus altas especificaciones físicas y, por tanto, precios altos, atiende al segmento de mercado conformado por consumidores de ingresos elevados.
- I. Por sus niveles de precio, los productos importados se ubican preferentemente en diferentes segmentos de mercado (reposición), mientras que por la misma razón, los productos nacionales están preferentemente insertados en otros mercados como es el de la construcción.
- J. La conclusión a la que llegó la Secretaría en el punto 859 de la resolución preliminar es incorrecta ya que al descomponer las importaciones de esa manera, la autoridad no está obteniendo el comportamiento promedio del precio de las importaciones, sino solamente de una muestra que pese a ser mayoritaria, se ha obtenido en forma sesgada, escogiendo deliberadamente las importaciones de precios menores al promedio nacional. La autoridad no está haciendo un análisis de daño de las importaciones investigadas, sino solamente de aquellas que se ubicaron por debajo de los precios nacionales; debería en todo caso cambiar la cobertura de la investigación.

- K. La autoridad ha dejado de lado los niveles encontrados de márgenes de discriminación de precios, ya que una gran parte de los proveedores de los importadores comparecientes tienen márgenes menores al diferencial de precios obtenido por la autoridad por lo que, el supuesto dumping no explica el diferencial de precios.
- L. El nivel de comercialización señalado en la resolución, no es el más idóneo para estudiar el comportamiento del mercado. Los importadores comparecientes demostraron que el consumidor final paga un precio mayor por el producto importado, esto es, sus preferencias no se derivan del diferencial de precios. Al escoger como referente la bodega del importador y los precios en planta del productor nacional, la autoridad ha dejado de lado, improcedentemente, los precios de venta en los establecimientos de atención al consumidor final, que es donde se decide a fin de cuentas, las participaciones en el mercado.
- M. El comportamiento adverso de los indicadores en el sector de la construcción impactó negativamente a la producción nacional del producto investigado.
- N. El daño alegado no representa un comportamiento generalizado de la producción nacional, ni siquiera de su parte principal como indica el Acuerdo Antidumping. El daño resulta de datos de las empresas no comparecientes, que además de que no representan la mayoría, no serán objeto de verificación, pero sí originan o sobredimensionan su comportamiento adverso.
- O. El daño alegado resulta de una aguda competencia interna entre los propios solicitantes ya que las empresas comparecientes desplazaron al resto de los productores.
- P. Asimismo, el supuesto daño se deriva de la caída de las exportaciones ya que si consideramos que las exportaciones de los productores nacionales disminuyeron en el periodo investigado respecto del mismo periodo del año anterior, es explicable que los inventarios se hayan incrementado en 4 por ciento en el mismo periodo. Este comportamiento de las exportaciones es justamente el que lleva a la producción nacional a la baja, así como a la acumulación de inventarios, pues las ventas se comportaron en forma más favorable que la producción nacional y contrastan con las tendencias negativas observadas por las exportaciones.
- Q. En la etapa final del procedimiento, la Secretaría debe analizar el efecto que tuvieron otros factores adicionales en el daño alegado por los productores nacionales solicitantes ya que el cierre temporal de las plantas de Lamosa y Porcelanite, no tiene relación alguna con el daño alegado por las solicitantes.
- R. La industria española no cuenta con capacidad de exportación libremente disponible, de la información presentada por la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos, en lo sucesivo la ASCER, se aprecia que el crecimiento de las exportaciones totales del Reino de España se debe principalmente a una evolución favorable de las ventas a los Estados Unidos de América, Oriente Próximo (Reino de Arabia Saudita, Estado de Bahrein, República de Chipre, República Arabe de Egipto, Emiratos Arabes Unidos, República de Iraq, Estado de Israel, Reino Hashemita de Jordania, Estado de Kuwait, República Libanesa, Sultanía de Omán, Estado de Qatar, República Arabe Siria, República de Turquía y República del Yemen) y el Este de Europa. Asimismo, destacan las ventas a África y Oceanía por lo que las exportaciones del producto español observan una clara tendencia enfocada a esta zona.

Peronda México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Peronda México.

27. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa manifestó que presenta nuevamente el anexo 2.B del formulario oficial, en el cual se realizaron los ajustes correspondientes a fin de subsanar las deficiencias, que a juicio de la Secretaría, tenía la información que presentó anteriormente.

28. Para acreditar lo anterior, Peronda México presentó:

- A. Importaciones totales de enero a junio de 2001.
- B. Relación de ventas hechas por Peronda México en el 2001, 2002 y 2003.
- C. Integración de costos de importación.
- D. Nota metodológica sobre ajustes por flete marítimo, gastos generales y gastos por la entrega de producto.
- E. Precio de importación a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.

- F. Ventas hechas por Peronda México de enero a junio de 2001.
- G. Copia de pedimentos de importación y facturas de enero a junio de 2001.

Porcelanosa México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Porcelanosa México.

29. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa manifestó que a fin de subsanar las deficiencias que tenía su información presentada en el primer periodo probatorio, nuevamente presenta el anexo 2.B del formulario oficial en el cual se realizaron los ajustes correspondientes.

30. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Reconstrucción del precio de exportación de enero a junio de 2001.
- B. Relación de gastos de importación de enero a junio de 2001.
- C. Nota metodológica sobre las adecuaciones del anexo 2.B. del formulario oficial, ajustes y método de prorrateo.

Tau México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Tau México.

31. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Tau México argumentó lo siguiente:

- A. Al analizar la información presentada por la Asociación Mexicana de Productores de Recubrimientos Cerámicos, en lo sucesivo la AMPREC, el 25 de noviembre de 2002, se puede observar que las cifras no coinciden con las cifras del anexo 4 del formulario oficial presentado por las solicitantes, y en el caso particular de cada una de las 3 empresas, con las cifras de los anexos 5.A, 5.B y 7 de dicho formulario, lo cual resta veracidad a la información presentada tanto por la AMPREC como por las solicitantes.
- B. La AMPREC presentó en sus cuadros cifras en dólares de los Estados Unidos de América, lo que da lugar a distorsiones; los informes debieron presentarse en pesos, que es la moneda de curso legal en los Estados Unidos Mexicanos.
- C. Si en el periodo investigado no hubo producción nacional de porcelanatos y las solicitantes reconocen que constituyen un bien diferente, a dichos productos no se les puede aplicar, para su inclusión en la investigación, el criterio de similitud que establece el Acuerdo Antidumping en su artículo 2.6, razón por la cual deben quedar excluidos de la investigación.
- D. La producción de piezas especiales por parte de Porcelanite es mínima; asimismo la autoridad decidió que éstas no están dentro de la cobertura del producto investigado, por lo que las piezas especiales no forman parte de la investigación.
- E. Las piezas especiales deben excluirse de la investigación, pues no existió producción nacional en el periodo investigado y dichas importaciones tienen una participación muy reducida en el Consumo Nacional Aparente, en lo sucesivo CNA, además del alto precio de venta, el cual se realiza por pieza y no por metro cuadrado.
- F. En los reportes que las solicitantes han presentado a la Bolsa Mexicana de Valores se indica claramente que gran parte de las inversiones de sus respectivas empresas se han enfocado a iniciar la producción de aquellos recubrimientos de mayor calidad y valor agregado, tales como las piezas especiales, los porcelanatos y otros; esto es un claro reconocimiento de que en el periodo investigado y aún en la actualidad, las solicitantes no competían ni compiten con las empresas exportadoras de ese segmento de mercado.
- G. Las proyecciones del modelo ARIMA (modelo para series de tiempo univariadas) que presentaron las solicitantes adolecen de graves defectos, por los que sus conclusiones, y por ende la conclusión preliminar de la Secretaría son incorrectas. El modelo para estimar el CNA no se encuentra dentro de los parámetros que puedan considerarse como satisfactorios, ya que al incluir todas las actividades productivas del país no se puede proyectar el CNA de un producto singular, como son los recubrimientos cerámicos. Adicionalmente, se utilizó la fórmula de ventas nacionales al mercado interno más las importaciones totales, lo cual es contrario al método utilizado por la Secretaría.
- H. Con relación al modelo de las solicitantes para estimar las importaciones de recubrimientos del Reino de España, técnicamente no se puede utilizar el producto interno bruto, en lo sucesivo PIB, que incluye la producción nacional de todos los sectores para estimar las importaciones de un bien de uso limitado.

- I. Los modelos utilizados por las solicitantes para estimar el CNA de recubrimientos cerámicos y las importaciones de los mismos adolece de serias fallas económicas y estadísticas, razón por la cual la autoridad no debe aceptar tanto las proyecciones que las solicitantes hacen de ambas variables hasta el segundo semestre de 2002, como las proyecciones individuales que las 3 empresas hicieron del efecto que tendría en sus operaciones el comportamiento del CNA y las importaciones.
- J. En la información presentada por las solicitantes, las importaciones del Reino de España representaron, en el primer semestre de 1998, el 4.6 por ciento del CNA; si se comparan estas cifras con el primer semestre de 1999, el crecimiento es de 2 por ciento del CNA y no del 2.8 por ciento que señalan las solicitantes.
- K. Es cierto que la desgravación arancelaria no es el único factor que explica el aumento de las importaciones, pero sí es uno de los que influyó por lo siguiente:
 - a. El acuerdo con la Unión Europea entró en vigor el 1 de julio de 2000, favoreciendo nuevos pedidos que se realizaron debido a la baja en el impuesto de importación, los cuales se concretaron a fines del segundo semestre de ese año, llegando el producto a partir del primer semestre de 2001.
 - b. Una reducción del 11 por ciento del impuesto de importación, aplicado sobre el valor de los productos, debe ser considerada por la autoridad como una explicación de la reducción del precio.
 - c. El efecto de la desgravación arancelaria en las importaciones de otros países con los que los Estados Unidos Mexicanos tienen tratados de libre comercio tuvo su reflejo inicial en el momento en que dichos tratados entraron en vigor.
 - d. Los países que más aumentaron sus exportaciones fueron la República Oriental de Uruguay, República de Indonesia, República Bolivariana de Venezuela, República Federativa de Brasil, los Estados Unidos de América y la República Italiana.
 - e. Las importaciones procedentes de la República Federativa de Brasil, República de Indonesia y la República Oriental de Uruguay se realizaron a un precio promedio inferior al correspondiente a las del Reino de España.
- L. Las solicitantes trataron de establecer el diferencial entre precios nacionales y los precios de exportación utilizando 5 modelos de azulejos, sin especificar ningún argumento ni base sobre la cual se hizo la selección de los productos nacionales e importados, razón por la cual esa base de comparación debe ser desechada.
- M. Para determinar el grado de subvaloración del precio de las importaciones respecto a los precios nacionales, las solicitantes no explican la racionalidad de por qué escogieron las facturas de entre \$2 y 7 dólares. Adicionalmente, el haber tomado arbitrariamente un tipo de cambio de 10 pesos por dólar para el periodo investigado carece de bases económicas y estadísticas.
- N. La variedad y modernidad de los diseños, entre otros factores, hace la diferencia para los productos provenientes del Reino de España.
- O. Las solicitantes nunca presentaron sus listas de precios para el mercado interno y de exportación, las cuales debieron haber acompañado a su catálogo de productos.
- P. El tipo de cambio que prevalece en el momento de realizar una transacción de comercio internacional, tiene un efecto decisivo en el comprador, por lo que los precios del mercado interno medido en dólares y euros tuvieron un comportamiento totalmente diferente, ajenos a la economía nacional, que sin embargo tiene impactos en los productores nacionales y en los exportadores; en consecuencia, las variaciones en los tipos de cambio deben ser tomadas en cuenta por la autoridad para analizar el comportamiento de los precios de los productos importados.
- Q. Un factor no observado por las solicitantes ni por la Secretaría fue el que al analizar las cifras de producción, ventas al mercado interno, importaciones, ventas al mercado externo y CNA, existe una marcada estacionalidad ya que en el primer semestre de cada año registran volúmenes menores, en todos sus conceptos, con relación al segundo semestre.

- R.** Las fluctuaciones en los precios no deben analizarse únicamente en su comportamiento, sino en las causas que dieron origen a sus cambios, como son en este caso, un entorno nacional e internacional desfavorable, una sobrevaluación creciente del peso y un crecimiento negativo del PIB. Por su parte, en el PIB de la construcción, el número de viviendas construidas, la disponibilidad de crédito para la vivienda, etc., sin embargo, ninguno de estos factores fueron considerados por las solicitantes ni por la Secretaría.
- S.** La reducción en el volumen y valor de las exportaciones constituyeron una de las causas más importantes en las bajas de ventas e ingresos de las solicitantes, así como la sobrevaluación del tipo de cambio, factor no mencionado por la autoridad.
- T.** Grupo Carso en su informe anual dice que Porcelanite en el tercer trimestre de 2001 inauguró una nueva planta en San José Iturbide, con una capacidad de 600,000 metros cuadrados al mes, después agrega que en noviembre se tomó la decisión de cerrar temporalmente las instalaciones de la planta Pavillio I, ubicada en Tlaxcala, con una capacidad de 400,000 metros cuadrados al mes. La conjunción de ambas operaciones arroja un incremento neto de 200 mil metros cuadrados al mes.
- U.** En lo referente al empleo las solicitantes no presentaron cifras a nivel nacional, únicamente las 3 empresas solicitantes proporcionaron su información individual. Asimismo, en ningún momento se mencionan hechos como la puesta en marcha de nuevas unidades más eficientes y modernas, que suponen deben requerir menos personal, el efecto de la reducción en las exportaciones de un millón de metros cuadrados, la baja en la actividad económica y las mejoras en los procedimientos que dieron lugar al incremento en la productividad.
- V.** En lo referente a los salarios, es importante resaltar el fuerte aumento que en este concepto registró Lamosa en sus estados financieros de 2001; este incremento parece contradictorio con la reducción de empleo que mencionan en el anexo 5.A del formulario oficial. Asimismo, el incremento en salarios que aparece en sus estados financieros no se refleja en el anexo 5.B de dicho formulario.
- W.** El procedimiento utilizado para tratar de soportar la supuesta amenaza de daño está basado en alegatos y suposiciones, y no en hechos reales como lo establece el artículo 3.7 el Acuerdo Antidumping.
- X.** Se solicita a la autoridad que las 3 empresas solicitantes presenten las actas en las cuales su Consejo de Administración o el Consejo Delegado haya sancionado las proyecciones presentadas ante la Secretaría, y que cada una de las 3 empresas explique por qué en ninguno de los informes de sus corporativos que han presentado a la Bolsa de Valores, de 2001 a la fecha, se ha incluido la mención de la investigación antidumping como un evento relevante, por el efecto negativo que sobre sus finanzas tienen o pudieran tener las importaciones de recubrimientos cerámicos. Los reportes presentados por los corporativos de las 3 empresas a la Bolsa de Valores son totalmente optimistas y positivos, en tanto que los presentados a la Secretaría son negativos.
- Y.** No se puede sumar la información financiera de las solicitantes porque se estarían sumando cosas diferentes. En efecto, la contabilidad de estas empresas no es igual, las finalidades y estrategias seguidas por cada una de ellas hace que se establezcan diferencias en la toma de decisiones. Finalmente, la ponderación que tiene Porcelanite en la industria, desvirtúa cualquier comentario o decisión, ya que se convirtió en una empresa maquiladora, por lo que es imposible sumar esta información con el resto de la industria.
- Z.** En cuanto a Lamosa, la caída en la utilidad de operación obedece principalmente a que los costos de la empresa se han elevado y no ha podido repercutir ese impacto en los precios, ya que la ley de la oferta y la demanda tiene contenido el aumento en los precios. Por otra parte, el incremento en los precios del gas ha afectado sensiblemente sus costos.
- AA.** Respecto a Vitromex, la empresa retiró del costo de ventas el cargo extraordinario por transferencia de producción, lo que genera una mejoría en el margen bruto. La utilidad de operación de esta empresa se ha mantenido prácticamente constante y de hecho los efectos de las importaciones no se aprecian por ningún lado.
- BB.** Con relación a Porcelanite, el análisis cuantitativo no se puede llevar a cabo porque se estarían comparando empresas distintas; sin embargo, es claro que sus costos se elevan por el cierre de la

planta de Tlaxcala, sin embargo, el comentario de Porcelanite en el punto 901 de la resolución preliminar es muy parcial, ya que sólo comenta el cierre y nunca dice nada de la apertura de la planta de San José Iturbide, Guanajuato.

- CC.** En el punto 905 de la resolución preliminar la Secretaría afirma que observó que el rendimiento sobre inversión de las solicitantes sufrió una afectación por las importaciones investigadas, lo cual es infundado ya que el rendimiento sobre la inversión de estas empresas ha disminuido por distintos factores, ajenos a las importaciones.
- DD.** Para el análisis de daño no se pueden sumar las cifras de las solicitantes ya que atienden segmentos de mercado distintos y sus finalidades son diferentes; peor aún, no se debe considerar a Dal Tile México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Dal Tile, debido a que es una empresa que en realidad es una maquiladora que realiza principalmente importaciones temporales de insumos de su matriz en los Estados Unidos de América para ser retornados a ese país, lo cual no la hace comparable con las otras empresas.
- EE.** Las solicitantes y Dal Tile son 4 empresas del sector que si bien tienen un alto porcentaje del mercado, no pueden reflejar la situación de la industria en general, ya que existen otras empresas que siendo importantes en cuanto a participación de mercado, no les afecta esta situación, como es el caso de Internacional de Cerámica, S.A. de C.V. en lo sucesivo Interceramic.
- FF.** Tampoco se puede establecer un flujo de caja para la industria o el sector, ya que la disminución en el capital de trabajo obedece principalmente a la estrategia seguida por Porcelanite.
- GG.** La salud financiera de Lamosa es buena, la capacidad de pago ha sido consistente y como ellos mismos lo manifiestan en sus reportes anuales, las inversiones realizadas son con la expectativa de mejorar su nivel de ventas, sobre todo en el sector de lujo y medio lujo, con la finalidad de incrementar sus ingresos. En consecuencia, no se ve a Lamosa como una empresa que haya sufrido daño y/o pueda tener alguna amenaza de daño.
- HH.** La situación de Vitromex no es mala, aun cuando presenta un elevado apalancamiento, la generación de efectivo de esta empresa es suficiente para cubrir sus compromisos financieros; si no fuera así, la empresa no hubiera decretado una disminución de capital.
- II.** No puede existir amenaza de daño cuando Vitromex está repartiendo dividendos y disminuyendo su capital social, Porcelanite dividiendo sus operaciones y Lamosa buscando ser todavía más rentable con las nuevas inversiones realizadas.
- JJ.** En materia de precios, existió un incremento en el mercado nacional y no se demostró por las solicitantes que haya existido contención de precios debido a las importaciones españolas.
- KK.** Se presenta nuevamente el anexo 2.B del formulario en el cual se realizaron los ajustes correspondientes a fin de que la Secretaría pueda reconstruir el precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos de los productos fabricados por la empresa Taullell, S.A., en lo sucesivo Taullell.
- LL.** La Secretaría reiteró que no era posible proporcionar a Tau México las hojas de cálculo por medio de las cuales llegó a las conclusiones sobre la posible amenaza de daño y, en su lugar, proporcionó la metodología usada por la autoridad para su análisis, de la cual se desprende lo siguiente:
 - a.** Se efectuó una combinación de cifras provenientes de varias fuentes para llegar a sus conclusiones, pero estas fuentes son inconsistentes entre sí.
 - b.** La confusión inicia al comparar las cifras que cada empresa solicitante presentó en su anexo 5.A y las que la AMPREC presentó para las mismas empresas, para el periodo de enero de 1999 a junio de 2001, lo que resta credibilidad a las cifras presentadas por AMPREC.
 - c.** Al tratar de desarrollar la metodología aplicada por la autoridad y aplicarla a la información que se tuvo que capturar manualmente, se llega a la conclusión de que la información agregada a nivel nacional que preparó la Secretaría no tiene ninguna de las características que establecen los artículos 6.5 del Acuerdo Antidumping y 149 del RLCE para ser considerada como información confidencial.

- d. Siguiendo la metodología y utilización de información disponible para la empresa, no se llegó a los mismos resultados. Ello se debe a que quizá las cifras de pedimentos utilizadas por los solicitantes no son las mismas de las que tuvo a su disposición la autoridad investigadora, las cuales no se encuentran disponibles en el expediente administrativo.
- e. Tanto el análisis como las cifras pudieron presentarse en forma más simple, utilizando en todos los casos las cifras absolutas y los porcentajes correspondientes.
- f. El obtener una cifra diferente por la Secretaría es indicativo de que tanto la información presentada por los solicitantes como por AMPREC no son confiables. Si esto es así, la investigación debió darse por concluida o verificarse la autenticidad de la misma.
- g. Las cifras de las exportaciones de recubrimientos cerámicos no pueden considerarse como confidenciales de acuerdo a lo establecido en el Acuerdo Antidumping, ni tampoco cumplen con el requisito marcado en el artículo 149 del RLCE.

32. Para acreditar lo anterior, Tau México presentó:

- A. Indicadores de Lamosa, Porcelanite y Vitromex por valor, volumen y precio de enero de 1998 a diciembre de 2001.
- B. Estados de costos, ventas y utilidades de Lamosa, Porcelanite y Vitromex de 1998 a 2000.
- C. Capacidad instalada de Lamosa, Porcelanite y Vitromex de 1998 a junio de 2001.
- D. Indicadores del mercado nacional, estados de costos, ventas y utilidades, y capacidad instalada considerando por separado a Lamosa, Porcelanite y Vitromex de 1998 a junio de 2001.
- E. Resumen de capacidad instalada de 1999 a junio de 2001 y por separado para Lamosa, Porcelanite, Vitromex, Dal Tile, Comercializadora de Productos Cerámicos, S.A. de C.V. y Santa Julia de Puebla, S.A. de C.V., en lo sucesivo Comercializadora de Productos Cerámicos y Santa Julia de Puebla, respectivamente, elaborado con datos de AMPREC.
- F. Oferta pública de pagarés de mediano plazo de Lamosa.
- G. Carta de una empresa calificadora del 23 de mayo de 2002.
- H. Informe anual 2001 y 2002 de Lamosa.
- I. Informe anual de Grupo Industrial Saltillo para 2001.
- J. Información financiera del 1o., 2o. y 4o. trimestre del 2001 al 2002 de Grupo Carso a la Bolsa Mexicana de Valores.
- K. Estimación del CNA de recubrimientos cerámicos.
- L. Relación de ventas mundiales de recubrimientos cerámicos por valor y volumen, elaborado por Tau México, con datos del World Trade Atlas de enero a junio de 2000 a 2002, julio de 2000 a diciembre de 2002, y de enero a diciembre de 2000 a 2002.
- M. Comparativo de precios de recubrimientos cerámicos en pesos, dólares y euros.
- N. Información sobre los estados financieros de Lamosa, Vitromex y Porcelanite.
- O. Reconstrucción del precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- P. Prorrato y resumen de gastos de importación.
- Q. Relación de gastos generales, financieros y utilidad en el 2001.
- R. Determinación del costo de ventas a diciembre de 2001.
- S. Cálculo del margen de utilidad media sobre ventas para 1999 y 2000.
- T. Relación de gastos generales para 2001 y 2002.
- U. Nota metodológica sobre los ajustes empleados y copia de facturas y estados financieros correspondientes.
- V. Copia de facturas de venta entre empresas relacionadas en el periodo investigado.
- W. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano de enero a junio de 2001.

- X. Copia de facturas relativas a gastos de importación en el periodo investigado.
- Y. Copia de pedimentos de importación correspondientes al periodo investigado.

Exportadoras

Azteca Gres, S.L. y Azulejera Técnica, S.A., en lo sucesivo Azteca Gres y Azulejera Técnica, respectivamente.

33. Mediante escritos del 19 y 23 de mayo de 2003, Azteca Gres y Azulejera Técnica presentaron respuesta al formulario oficial y argumentaron lo siguiente:

- A. Azulejera Técnica, junto con Azteca Gres y Azteca Cerámica, S.L., en lo sucesivo Azteca Cerámica, son subsidiarias de la empresa Horkio Gestión, S.L.
- B. Azteca Cerámica es la empresa que se dedica a comercializar los productos del grupo en los Estados Unidos Mexicanos, mientras que Azulejera Técnica y Azteca Gres son las encargadas de producirlos.
- C. Los clientes nacionales o extranjeros pasan sus pedidos, ya sea directamente o a través de representantes, al departamento comercial el cual da instrucciones de servicio al almacén, que sirve al cliente generalmente mayorista, quien posteriormente distribuye a pequeños minoristas que son quienes venen directamente al público.
- D. Hacen suyos los argumentos presentados por la ASCER en esta etapa del procedimiento.

34. Para acreditar lo anterior, Azteca Gres presentó:

- A. Cálculo de intereses medios del primer semestre de 2001.
- B. Tipo de cambio mensual proporcionado por el Banco de España de enero de 1999 a octubre de 2001.
- C. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- D. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno, y a cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- E. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- F. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- G. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- H. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- I. Nota metodológica sobre el cálculo de costes por picking.
- J. Descripción del contenido de las facturas.
- K. Diagrama de distribución.
- L. Estados financieros auditados para el ejercicio de 2000 y 2001.

35. Por su parte Azulejera Técnica presentó:

- A. Diagrama corporativo.
- B. Diagrama de distribución.
- C. Balance de la situación financiera de marzo a junio de 2001.
- D. Cálculo de intereses medios del primer semestre de 2001 y reportes correspondientes.
- E. Documentos relativos al ajuste por comisión correspondientes al primer semestre de 2001, emitidos por diversos bancos.
- F. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- G. Copia de facturas por comisiones devengadas en el primer semestre de 2001.
- H. Informe y cuentas anuales del ejercicio de 2000 y 2001.
- I. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- J. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y a cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- K. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.

- L. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- M. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- N. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- O. Nota metodológica sobre el cálculo de coste de picking.
- P. Nota metodológica relativa a piezas especiales.
- Q. Ventas totales de piezas especiales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y a cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- R. Precio de exportación de piezas especiales y ajustes de enero a junio de 2001.
- S. Valor normal de piezas especiales y ajustes de enero a junio de 2001.
- T. Capacidad instalada para piezas especiales de enero de 1999 a junio de 2001.
- U. Indicadores de la empresa exportadora en relación con piezas especiales de enero de 1999 a junio de 2001.
- V. Diagrama de ventas totales de piezas especiales del corporativo.
- W. Tipo de cambio medio mensual proporcionado por el Banco de España de enero de 1999 a octubre de 2001.
- X. Estudio de costes de picking.
- Y. Descripción del contenido de las facturas.

Azulejera La Plana, S.A. en lo sucesivo Azulejera La Plana.

36. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Azulejera La Plana argumentó que detectó errores en las fórmulas utilizadas en el anexo 3.A del formulario oficial que presentó en la etapa anterior del procedimiento, por lo que presenta nuevamente dicho anexo que contiene información de valor normal y ajustes aplicados de enero a junio de 2001, en el cual se han subsanado esos errores. Lo anterior con el fin de que la Secretaría determine correctamente el valor normal.

Azulejos Cabrera, S.A., en lo sucesivo Azulejos Cabrera.

37. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. Se replantea la respuesta 2.12 del formulario oficial, referente a los códigos de producto de las exportaciones que realizó la empresa.
- B. La codificación se identifica con 2 letras y una serie de números que facilita el programa informático de forma correlativa en función de si es pavimento o revestimiento, así como del tamaño. Las letras corresponden a mercaderías (si es ME) o a productos terminados (si es PT).
- C. Los códigos son exactamente igual para los productos exportados como para los vendidos en el Reino de España.

38. Para acreditar lo anterior, Azulejos Cabrera presentó:

- A. Pagos realizados por comisiones de mayo y junio de 2001 con sus correspondientes facturas.
- B. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los mercados de exportación distinto a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- C. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- D. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- E. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- F. Capacidad de producción de hornos por formatos.
- G. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- H. Nota metodológica sobre ajustes empleados.
- I. Copia de facturas de venta a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo investigado.

Azulejos Plaza, S.A., en lo sucesivo Azulejos Plaza.

39. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. De acuerdo con la resolución preliminar Azulejos Plaza cuenta con un margen provisional de 18.88 por ciento el cual es erróneo.
- B. La Secretaría ha considerado como no comparables dos productos a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento.
- C. Se cometió un error puntual al introducir en la base de datos el código del producto denominado colorado beige, por lo que subsanando este error el producto deja de ser no comparable existiendo ventas representativas en el Reino de España.
- D. Existe un error al reportar las ventas a los Estados Unidos Mexicanos de la referencia PT001394 durante el periodo investigado; la corrección de este error modifica sustancialmente el precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos de este código de producto.

40. Para acreditar lo anterior, Azulejos Plaza presentó:

- A. Corrección de código de producto reportado en el precio de exportación.
- B. Comparativo de costos variables para un código de producto y homólogos propuestos en el mercado interno.
- C. Relación de productos no comparables y/o no representativos.
- D. Corrección de valor normal incluyendo código de producto homólogo.
- E. Fichas de aplicación de 4 modelos de recubrimientos.
- F. Justificación sobre reporte de ventas a terceros mercados.
- G. Homologación de producto jawa negro.
- H. Tarifa de precios de recubrimientos cerámicos para enero de 2002.
- I. Catálogo de productos de 2001 y 2002.

Azulev, S.A., en lo sucesivo Azulev.

41. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En nuestra gama de productos existe un producto muy parecido al modelo imperial crema, es el llamado atrio marfil; ambos productos tienen la misma base, el mismo formato, la misma gráfica, el mismo color, etc., la única diferencia estriba en que el atrio marfil tiene más brillo que el imperial crema debido a los diferentes gustos del mercado español y del de exportación.
- B. Si se incorpora el atrio marfil como homólogo en el mercado nacional al imperial crema, se podrá contar con un valor normal para hacer el cálculo del margen de dumping ya que la Secretaría ha aplicado un margen del 25.20 por ciento erróneamente.
- C. La eliminación de los ajustes por manejo y embalaje son aplicables a las exportaciones de nuestro producto.

42. Para acreditar lo anterior, Azulev presentó:

- A. Estudio del ajuste y costes de picking.
- B. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- C. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- D. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- E. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- F. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- G. Nota metodológica sobre ajustes por diferencias físicas.
- H. Fichas técnicas de 2 modelos de recubrimientos cerámicos.
- I. Cálculo de costes.

Azu Vi, S.A. en lo sucesivo Azu Vi.

43. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa presentó respuesta al formulario oficial y argumentó lo siguiente:

- A.** Azu Vi ha decidido comparecer en la investigación no obstante que sus exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos han sido preponderantemente de piezas especiales.
- B.** Azuvi, Inc.; Azuvi Trading AG; Centro Cerámico Menorca, S.L.; Azuvi Antequera, S.L.; Azuvi Jaen, S.L.; Azuvi Salamanca, S.L.; Azuvi Cadiz, S.L.; Azuvi Sevilla, S.L. y Azuvi Cataluña, S.L. son empresas subsidiarias de Azu Vi.
- C.** Azu Vi exportó el producto investigado a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo analizado.
- D.** Los códigos de producto mencionados en la respuesta al formulario oficial, referentes a piezas especiales, no cumplen con las especificaciones de la descripción del producto investigado.
- E.** Se adhiere a los argumentos de la ASCER y Tau México así como a lo argumentado en la primera etapa del procedimiento por parte de las empresas exportadoras, importadoras y la ASCER.

44. Para acreditar lo anterior, Azu Vi presentó:

- A.** Diagrama de distribución.
- B.** Diagrama corporativo.
- C.** Relación de códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos.
- D.** Copia de facturas de venta en el mercado interno y a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- E.** Balance de sumas y saldos de enero a junio de 2001.
- F.** Cuentas anuales, informe de gestión e informe de auditoría del ejercicio de 2000 y 2001.
- G.** Relación de ventas de Cristal Cerámicas de piezas especiales en los Estados Unidos Mexicanos y en el Reino de España, de enero a junio de 2001.
- H.** Copia de catálogo de productos.
- I.** Liquidación de créditos comerciales en el periodo investigado.
- J.** Aclaración sobre la capacidad productiva y la metodología de cálculo.
- K.** Copia de facturas de venta en el mercado interno de productos homólogos de enero a junio de 2001.
- L.** Copia de facturas de venta de piezas especiales en el Reino de España y en los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- M.** Estudio para la homologación de piezas especiales y recubrimientos cerámicos.
- N.** Estudio de ajuste por picking y copia de las facturas correspondientes.
- O.** Diagrama de ventas totales del corporativo.
- P.** Ventas totales en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- Q.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- R.** Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- S.** Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- T.** Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- U.** Relación de códigos de producto no comparables y/o no representativos.
- V.** Homologación de códigos de producto.
- W.** Fichas de aplicación de costes de diversos modelos de recubrimientos cerámicos.
- X.** Nota metodológica que contiene diversas aclaraciones sobre la información presentada.
- Y.** Justificación del coste propio de fondos ajenos a corto plazo.
- Z.** Estudio del ajuste por picking.

Azulejos Vives, S.A., Cerámica Vives, S.A. y Vives Azulejos y Gres, S.A., en lo sucesivo Azulejos Vives, Cerámica Vives y Vives Azulejos y Gres, respectivamente.

45. Mediante escritos del 19 y 23 de mayo de 2003, estas empresas presentaron respuesta al formulario oficial y argumentaron lo siguiente lo siguiente:

- A. Azulejos Vives, Cerámica Vives y Vives Azulejos y Gres son subsidiarias de Sociedad Financiera.
- B. Tanto para las ventas al mercado nacional como para exportación, la distribución y venta de los productos se realiza utilizando la fórmula: productor-agente-comisionistas-cliente. El agente-comisionista no siempre centraliza los pedidos realizados por los clientes, en estos casos, son directamente los clientes los que por fax o telefónicamente los envían a Vives Azulejos y Gres.

46. Para acreditar lo anterior, Azulejos Vives, Cerámica Vives y Vives Azulejos y Gres presentaron lo siguiente:

- A. Diagrama corporativo.
- B. Diagrama de distribución.
- C. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, al mercado interno y a cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- D. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- E. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- F. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- G. Indicadores de las empresas exportadoras de enero de 1999 a junio de 2001.
- H. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- I. Nota metodológica sobre ajustes por descuentos, gastos de crédito, comisiones y picking.
- J. Certificado de registro de empresa expedido por la Asociación Española de Normalización y Certificación.
- K. Balance financiero a junio de 2001.
- L. Informe de auditoría, cuentas anuales e informe de gestión del ejercicio 1999 y 2000 de Azulejos Vives, Cerámicas Vives y Vives Azulejos y Gres.
- M. Copia de facturas de venta a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001, con su correspondiente orden de embarque de Vives Azulejos y Gres.
- N. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001 de Vives Azulejos y Gres.
- O. Estado de pérdidas y ganancias a junio de 2001 de Vives Azulejos y Gres.
- P. Balances trimestrales y semestrales del ejercicio de 2001 de Vives Azulejos y Gres.
- Q. Copia de cédula número 1056982 expedida por la Secretaría de Educación Pública.
- R. Relación de liquidaciones por comisiones y copia de facturas correspondientes de Vives Azulejos y Gres.
- S. Certificado expedido por un banco de abril de 2003, relativo al tipo de interés de enero a junio de 2001 de Vives Azulejos y Gres.
- T. Copia de certificado de registro de empresa expedido por la Asociación Española de Normalización y Certificación para Vives Azulejos y Gres.

Cerámica Gómez, S.A., en lo sucesivo Cerámica Gómez.

47. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó que del análisis de la información presentada se concluye que no ha realizado de ninguna manera exportaciones a precios discriminados, por lo que se debe dar por terminada la investigación sin la imposición de cuotas compensatorias. Asimismo, presentó una aclaración sobre la capacidad productiva y la metodología de cálculo.

Cerámica Nulense, S.A., en lo sucesivo Cerámica Nulense.

48. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría establece para Cerámica Nulense un margen de discriminación de precios de 6.68 por ciento, el cual es totalmente erróneo.
- B. Existen 80 códigos de productos que la empresa exportó a los Estados Unidos Mexicanos durante el periodo investigado que a juicio de la Secretaría no tuvieron ventas representativas en el Reino de España durante dicho lapso, por lo que se reportan los códigos de producto homólogos correctos, así como las ventas domésticas de dichos códigos de producto.

49. Para acreditar lo anterior, Cerámica Nulense presentó:

- A. Relación de códigos de producto.
- B. Informe de costes por artículo.
- C. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- D. Copia de catálogos de producto.
- E. Copia de facturas de venta a Islas Canarias de enero a junio de 2001.
- F. Relación de ventas en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- G. Detalle explicativo del informe de costes.

Cerámica Saloni, S.A., en lo sucesivo Cerámica Saloni.

50. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Cerámica Saloni argumentó lo siguiente:

- A. En virtud de que la Secretaría para los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos sin homólogo representativo vendido en el Reino de España durante el periodo investigado utilizó la mejor información disponible, se presenta una base transaccional de las ventas individuales en el Reino de España de todos los códigos de producto que representan un producto idéntico al exportado a los Estados Unidos Mexicanos, salvo por el color del recubrimiento en cuestión, con el propósito de que la Secretaría lo tome en cuenta para el cálculo del margen de discriminación de precios.
- B. El ajuste por diferencia de rappel es diferente al ajuste de reembolsos por rappel, este último refleja bonificaciones y descuentos realizados a clientes. Dichos descuentos están soportados en la contabilidad de Cerámica Saloni y se identifican de manera inconfundible con el cliente al cual se le ha practicado dicha bonificación.
- C. Respecto al ajuste por mantenimiento externo de exposiciones, se reitera que la venta de pavimentos y revestimientos cerámicos a distribuidores de Cerámica Saloni conlleva que el distribuidor tenga una exposición en la cual pueda mostrar el material a través de muebles y ambientes. Los muebles llevan una serie de paneles en los cuales se pega el material haciendo composiciones, y los ambientes son reconstrucciones de baños, cocinas, etc., a tamaño real con el material que se desea exponer. El propósito es que el consumidor final se haga una idea de cómo puede quedar el material colocado en su hogar. Por lo anterior, los precios en el mercado interno son superiores a los de exportación.
- D. Por lo que se refiere al ajuste por campaña de publicidad el motivo por el que se aplica dicho ajuste, es idéntico que para el ajuste por mantenimiento externo de exposiciones.

51. Para acreditar lo anterior, Cerámica Saloni presentó:

- A. Base de datos adicional para incorporar las ventas de todos los modelos homólogos a los artículos sin ventas representativas.
- B. Proceso de costos y relación de costes.
- C. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- D. Argumentaciones respecto a códigos de producto sin homólogo idéntico y ajustes.
- E. Informe de verificación de costes de producción de diversos modelos de recubrimientos cerámicos, elaborado por una empresa consultora de mayo de 2003.
- F. Copia de catálogos de producto.
- G. Certificados de calidad para diversos modelos de recubrimientos cerámicos, de abril de 2003.
- H. Documentos relativos al ajuste por rappel.

Cerámicas Azahar, S.A., en lo sucesivo Cerámicas Azahar.

52. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa manifestó que en la resolución preliminar la Secretaría ha considerado como no comparables y no representativos una serie de productos a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento, el cual es totalmente erróneo.

53. Para acreditar lo anterior, Cerámicas Azahar presentó:

- A. Catálogo de productos.
- B. Informe-certificación de hechos concretos sobre informe de costes de picking de ventas, de mayo de 2003, elaborado por una empresa consultora.
- C. Aclaración sobre capacidad productiva y la metodología de cálculo.
- D. Estudio de costes de picking.
- E. Informe de costes sobre picking elaborado por Cerámicas Azahar.
- F. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- G. Estudios de costes variables.
- H. Relación de productos no comparables y/o no representativos.

Cerámicas Gaya, S.A., en lo sucesivo Cerámicas Gaya.

54. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría estableció un margen provisional de 12.8 por ciento el cual es erróneo.
- B. La Secretaría ha considerado como no comparables y no representativos una serie de productos a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento.
- C. Se corrigen los anexos 2.A y 3.A del formulario oficial en los que por error no se introdujeron los ajustes por reembolsos y bonificaciones post-venta y diferencias físicas.

55. Para acreditar lo anterior, Cerámicas Gaya presentó:

- A. Catálogo de productos.
- B. Análisis técnico comparativo de códigos similares a los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos.
- C. Tabla de comparabilidad de códigos idénticos y análisis comparativo de costes industriales.
- D. Informes de laboratorio relativo a las características técnicas de diversos recubrimientos cerámicos.
- E. Análisis técnico de revestimientos.
- F. Equivalencias terminológicas de características técnicas de los recubrimientos.
- G. Nota metodológica sobre ajustes por diferencias físicas y copia de facturas correspondientes.
- H. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- I. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- J. Nota metodológica relativa a ajuste por reembolsos y bonificaciones post-venta.
- K. Relación de incentivo por asistentes a una convención.
- L. Estudio de costes de picking y nota metodológica.
- M. Relación de ventas totales en el mercado interno de enero a marzo de 2001 y 2002, y abril a junio de 2002.
- N. Nota metodológica sobre capacidad instalada.
- O. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.

Cerypsa Cerámica, S.A., en lo sucesivo Cerypsa.

56. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó que en la resolución preliminar la Secretaría consideró como no comparables y no representativos una serie de productos a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento, el cual es totalmente erróneo.

57. Cerypsa acompañó a su promoción la siguiente información:

- A. Informe de homologación de producto elaborado por una empresa consultora.
- B. Comparación de códigos de producto del 14 de mayo de 2003.
- C. Costo de esmalte por producto.
- D. Relación de códigos de producto no comparables o no representativos.
- E. Estudio de coste por picking elaborado por Cerypsa y copia de facturas correspondientes de junio de 2001.
- F. Copia de certificado de retenciones e ingresos a cuenta del impuesto sobre la renta de personas físicas correspondiente al ejercicio de 2001.
- G. Nota metodológica del cálculo del ajuste de picking y homologación.
- H. Precios en el mercado interno incluyendo el ajuste por picking de enero a junio de 2001.
- I. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.

Colorker, S.A., en lo sucesivo Colorker.

58. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría estableció un margen de discriminación de precios de 25.20 por ciento para Colorker ya que no presentó respuesta al formulario oficial.
- B. Se presenta nuevamente el formulario oficial y sus correspondientes anexos, a efecto de proporcionar la información que ha sido presentada de forma incompleta.

59. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- B. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- C. Ventas totales en el mercado interno y a cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- D. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- E. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- F. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- G. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- H. Nota metodológica sobre ajustes por comisión y comparación de modelos exportados a los Estados Unidos Mexicanos.
- I. Pedimentos de exportación y conocimientos de embarque de enero, marzo y julio de 2001.
- J. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- K. Copia de facturas por concepto de comisiones de enero a junio de 2001.
- L. Copia de catálogo de productos.

Colorker Porcelánico, S.A. en lo sucesivo Colorker Porcelánico.

60. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Colorker Porcelánico presentó nuevamente la información requerida en el formulario oficial, así como la siguiente información:

- A. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- B. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- C. Nota metodológica sobre ajustes por comisión, entre otros, así como diversas aclaraciones de su nueva respuesta al formulario oficial.
- D. Copia de factura de venta al mercado mexicano y orden de embarque de enero de 2001.
- E. Relación de comisiones pagadas en junio de 2001.
- F. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- G. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.

- H. Informe de laboratorio relativo a las características técnicas de diversos recubrimientos cerámicos.
- I. Copia de catálogo de productos.

Cristal Cerámicas, S.A., en lo sucesivo Cristal Cerámicas.

61. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa presentó respuesta al formulario oficial y argumentó lo siguiente:

- A. Cristal Cerámicas ha decidido comparecer en la investigación no obstante que sus exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos han sido preponderantemente de piezas especiales.
- B. Los códigos de producto mencionados en su respuesta al formulario oficial, referentes a piezas especiales, no cumplen con las especificaciones de la descripción de producto investigado.
- C. Se adhiere a los argumentos de la ASCER y Tau México así como a lo argumentado en la primera etapa del procedimiento por parte de las empresas exportadoras, importadoras y la ASCER.

62. Para acreditar lo anterior, Cristal Cerámicas presentó:

- A. Diagrama de distribución.
- B. Relación de códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos.
- C. Ventas totales en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- D. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- E. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- F. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- G. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- H. Homologación de códigos de producto.
- I. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- J. Relación de códigos de producto no comparables y/o no representativos.
- K. Comparativo de costes según ficha de aplicación.
- L. Copia de facturas de venta en el mercado interno en el periodo investigado.
- M. Informe de auditoría, cuentas anuales e informe de gestión para los ejercicios de 2000 y 2001.
- N. Justificación de selección de códigos de producto similares al exportado a los Estados Unidos Mexicanos, y ficha de aplicación y comparativa de costes de los mismos.
- O. Copia de catálogo de productos.
- P. Documentos relativos a intereses a corto plazo emitidos por diversos bancos en el periodo investigado.
- Q. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano y copia de órdenes de embarque de enero a junio de 2001.
- R. Documentos relativos al pago de comisiones en el periodo investigado.

Dual Gres, S.A., en lo sucesivo Dual Gres.

63. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría ha establecido para Dual Gres una cuota provisional de 5.82 por ciento el cual es erróneo.
- B. La Secretaría consideró como no comparables 8 códigos de producto y como no representativos 2 códigos de producto a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento.
- C. Dado que los códigos vendidos en los Estados Unidos Mexicanos y considerados como no comparables no han tenido equivalentes en el Reino de España, se han propuesto una serie de códigos vendidos en el Reino de España como equivalentes, a fin de poder calcular el valor normal.

64. Para acreditar lo anterior, Dual Gres presentó:

- A. Correlación de códigos de producto.

- B. Productos vendidos en los Estados Unidos Mexicanos sin equivalente en el mercado nacional y producto similar.
- C. Aclaración de cálculos realizados para el ajuste por picking.
- D. Estudio de costes de picking.
- E. Copia de facturas de diversos proveedores de Dual Gres en el periodo investigado.
- F. Relación de coste empresarial en el 2001.
- G. Ficha contable del ejercicio de 2001.
- H. Justificación del pago de salarios en junio de 2001.
- I. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- J. Copia de carátulas de catálogo de productos.
- K. Reguladores de Dual Gres.
- L. Nota aclaratoria a los precios de coste en las fichas de producción.
- M. Copia de facturas por esmalte en el periodo investigado.
- N. Carta de una empresa consultora de abril de 2003.

Gresitec, S.A., en lo sucesivo Gresitec.

65. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría calculó un margen de 10.23 por ciento para Gresitec en virtud de que consideró como no comparables a una serie de productos, así como a dos de ellos como no representativos, imponiéndoles un margen de 25.20 por ciento.
- B. Aquellos productos con un mismo formato y diferentes colores tienen la misma composición analítica y las mismas características técnicas.
- C. Se proponen una serie de productos vendidos en el mercado español como homólogos equivalentes a fin de poder determinar el valor normal y el cálculo final del margen de dumping

66. Para acreditar lo anterior, Gresitec presentó:

- A. Estudios de costes directos.
- B. Estudio de costes de esmaltes para diversos códigos de producto.
- C. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- D. Homologación de códigos de producto.
- E. Copia de facturas de venta en el mercado interno de junio de 2001.
- F. Estudio de laboratorio para determinar las especificaciones de diversos recubrimientos cerámicos.

Halcón Cerámicas, S.A. en lo sucesivo Halcón Cerámicas.

67. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría ha considerado como no comparables una serie de productos a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento.
- B. Los productos con un mismo formato y diferentes colores tienen la misma composición analítica y las mismas características técnicas.
- C. Se propone una serie de productos vendidos en el mercado español como homólogos equivalentes a fin de poder determinar el valor normal.

68. Halcón Cerámicas presentó los siguientes medios de prueba:

- A. Estudio de costes directos por formatos en el 2001.
- B. Estudio de costes de esmaltes y serigrafías de los modelos agrupados por formatos.
- C. Explicación de los estudios de costes directos.
- D. Valor normal de enero a junio de 2001, incluyendo códigos españoles y mexicanos.

- E. Comparación de códigos de producto mexicanos y españoles.
- F. Copia de facturas de venta en el mercado interno en el primer semestre de 2001.
- G. Estudios de laboratorio para determinar las especificaciones técnicas de los productos.

Hijos de Cipriano Castello Alfonso, S.L., en lo sucesivo Hijos de Cipriano Castello.

69. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. Según lo afirmado por la Secretaría en la resolución preliminar, la empresa acreditó su interés jurídico sin presentar completa su respuesta al formulario, por lo que se presenta nuevamente el formulario oficial y sus correspondientes anexos.
- B. Hay 13 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo investigado que no fueron vendidos en el Reino de España, por tanto se ha hecho la comparación con otros códigos de producto, partiendo del estudio de costes de los códigos de producto vendidos en los Estados Unidos Mexicanos y de los utilizados ahora como similares.
- C. Los códigos de producto reportados corresponden a la descripción de la fracción arancelaria objeto de investigación, sin embargo, el producto que exporta la empresa presenta diferencias significativas con el producto nacional.

70. Para acreditar lo anterior, Hijos de Cipriano Castello presentó:

- A. Diagrama de distribución.
- B. Informes sobre las características de las baldosas cerámicas.
- C. Facturas de venta al mercado mexicano y pedimentos de exportación de enero a junio de 2001.
- D. Facturas de venta en el mercado interno y albaranes de enero a junio de 2001.
- E. Copia de catálogo de productos.
- F. Carta de una empresa importadora del 14 de mayo de 2003 relativa a políticas de compra y copia de facturas de venta en el mercado mexicano en el 2001 y 2002.
- G. Copia de facturas de compra de piezas especiales de diciembre de 1999 y mayo de 2000.
- H. Fichas de aplicación de esmaltes.
- I. Copia de facturas de venta de esmaltes de marzo, abril y diciembre de 2000, enero a junio y noviembre de 2001.
- J. Copia de facturas de venta de tierra atomizada de febrero, marzo, mayo y junio de 2001.
- K. Copia de facturas de venta de gas y electricidad de febrero, marzo y mayo de 2001.
- L. Circular relativa al ajuste por picking en exportación de Hijos de Cipriano Castello a sus clientes de noviembre de 2001.
- M. Copia de facturas de venta a la República Francesa de enero a junio de 2001.
- N. Relación de liquidación de comisiones a representantes de septiembre de 2000 a marzo de 2001 y copia de las facturas correspondientes.
- O. Documentos que acreditan el ajuste por crédito de enero a junio de 2001.
- P. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- Q. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- R. Precios en el mercado interno y ajustes de enero a junio de 2001.
- S. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- T. Ventas totales en el mercado interno, en el mercado mexicano y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- U. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- V. Estudio de costes.
- W. Nota metodológica de ajustes.

- X. Comparación de códigos de producto.
- Y. Ficha de aplicación para la homologación de códigos de producto.

Hispania Cerámica, S.A. en lo sucesivo Hispania Cerámica.

71. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa presentó respuesta al formulario oficial y argumentó que para poder determinar la similitud o en su caso las diferencias físicas entre un producto vendido en los Estados Unidos Mexicanos y otro que se proponga como homólogo, es necesario tomar en cuenta diversos costes.

72. Para acreditar lo anterior, Hispania Cerámica presentó:

- A. Estudio de costes de diversos modelos de recubrimientos cerámicos.
- B. Documentos que acreditan el tipo de interés, expedidos por diversos bancos en el periodo investigado.
- C. Factura relativa a gastos libre a bordo (FOB) de mayo de 2001.
- D. Copia de facturas por comisiones de enero de 2001.
- E. Estados financieros para el ejercicio de 2000 y 2001.
- F. Diagrama de distribución.
- G. Copia de facturas de venta en el mercado interno y en los Estados Unidos Mexicanos de enero a mayo de 2001.
- H. Nota metodológica sobre ajustes por embalaje.
- I. Explicación relativa a la homologación de productos.
- J. Explicación del estudio de costes.
- K. Explicación de los ajustes aplicados.
- L. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- M. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- N. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- O. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- P. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- Q. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.

Italcerámica, S.A., en lo sucesivo Italcerámica.

73. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa presentó nuevamente la información requerida en el formulario oficial y argumentó lo siguiente:

- A. Su empresa subsidiaria es Cerámica Enea, S.A.
- B. La subdistribución sólo existe para determinados clientes. Italcerámica vende directamente a los distribuidores, tanto en el mercado interno como en el de exportación. Estos en algunos casos venden al cliente o consumidor final y en otros, venden a sus subdistribuidores-clientes. En el caso de ventas a los Estados Unidos Mexicanos, Italcerámica vende directamente a sus distribuidores-clientes, y éstos al cliente final o consumidor.
- C. Las ventas a los Estados Unidos Mexicanos son directas.
- D. Se han incluido en los listados de venta al mercado interno y de exportación los códigos vendidos a los Estados Unidos Mexicanos y los mismos en el mercado interno.
- E. Dichos códigos se obtienen de los listados elaborados mensualmente por la empresa en Excel, primero se revisó el listado de ventas a los Estados Unidos Mexicanos y una vez identificados los códigos de producto se eliminaron del listado de ventas nacionales las ventas de productos que coincidían con las reportadas en los listados de ventas a los Estados Unidos Mexicanos.
- F. Italcerámica cuenta con una auditoría contable que asegura la veracidad de los datos contables y tiene concedida la certificación ISO 9001 que asegura la calidad total de sus procesos.

74. Para acreditar lo anterior, Italcerámica presentó:

- A. Diagrama de distribución.
- B. Diagrama corporativo.
- C. Estudio de costes de picking.
- D. Comparabilidad de códigos de producto.
- E. Detalle del proceso de producción.
- F. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno, y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- G. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- H. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- I. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- J. Indicadores de la empresa exportadora de enero a junio de 2001.
- K. Certificados ISO 9001.
- L. Tipos de interés de los préstamos, créditos y depósitos.
- M. Copia de contratos entre Italcerámica y agentes intermediarios de enero de 1993, 1994, 1995 y 1996 y febrero de 1999.
- N. Pedimentos de exportación y órdenes de embarque de febrero y marzo de 2001.
- O. Copia de catálogo de productos.
- P. Informe técnico de costes de productos similares y copia de las facturas correspondientes.
- Q. Cuentas anuales, informe de gestión e informe de auditorías de cuentas anuales de 2001.

Lucena Cerámicas, S.A., en lo sucesivo Lucena Cerámicas.

75. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría ha considerado como no comparables 26 códigos de producto, así como un código de producto que ha sido considerado como no representativo, a los cuales se les ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento.
- B. Dado que los códigos de producto vendidos en los Estados Unidos Mexicanos y considerados no comparables no han tenido ventas en el Reino de España, se ha propuesto una serie de códigos vendidos en el Reino de España como equivalentes, a fin de poder calcular el valor normal.
- C. Se presentan diversos estudios a fin de demostrar la similitud en costes entre los homólogos presentados y los productos mexicanos.
- D. Para el caso del código no representativo, se ha seguido la misma metodología que con los códigos no comparables.

76. Para acreditar lo anterior, Lucena Cerámicas presentó:

- A. Estudio de impacto ambiental para una industria cerámica productora de residuos peligrosos, de diciembre de 2001, elaborado por Lucena Cerámicas.
- B. Informe de la resistencia a la flexión de baldosas cerámicas de abril de 2002.
- C. Copia de facturas relativas a la compra de electricidad, gas, arcilla y esmaltes en el 2001.
- D. Comparación de códigos de producto españoles y mexicanos.
- E. Estudio de costes de producción.
- F. Estudio de costes de picking.
- G. Explicación de códigos de producto comparables.
- H. Fichas de aplicación.

- I. Ventas totales en el mercado mexicano, en el mercado interno, y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- J. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- K. Capacidad instalada de julio de 1998 a junio de 2001.
- L. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.

Metropol Cerámica, S.A. en lo sucesivo Metropol Cerámica.

77. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa presentó respuesta al formulario oficial y argumentó lo siguiente:

- A. Metropol Cerámica está vinculada accionalmente a la empresa Keraben, S.A., en lo sucesivo Keraben; fue constituida el 12 de octubre de 1963 con la denominación Azulejos Sanfont, S.L., cambiando a la actual denominación el 26 de mayo de 1998.
- B. Las ventas en el canal interno pueden ser al grupo o fuera del grupo. Dentro del grupo, Keraben por necesidades de fabricación puede requerir que Metropol Cerámica colabore en la fabricación de determinados productos ocasionalmente. Asimismo existe red disacer, también conocidas como tiendas Keraben, que se trata de un conjunto de sociedades que tienen una o varias tiendas próximas entre sí y las tiendas pueden vender en la misma exposición al consumidor final, a otros sub-distribuidores o bien a obras. Respecto a las ventas fuera del grupo, éstas se realizan desde la central de Metropol Cerámica con una red de representantes por cuenta propia o delegados en nómina ya sea a clientes finales, distribuidores u obras.
- C. Las ventas en el canal externo también pueden ser dentro o fuera del grupo. Dentro del grupo existen sociedades operativas como Metropol USA, Inc., que es una sociedad 100 por ciento capital de Metropol Cerámica y que vende a distribuidores estadounidenses del nordeste. Respecto a las ventas fuera del grupo, éstas se realizan a través de la red de delegados de exportación (personal en nómina) y representantes por cuenta propia.

78. Metropol Cerámica presentó los siguientes medios de prueba:

- A. Estados financieros de 2000 y 2001.
- B. Diagrama de fabricación y distribución de Metropol Cerámica y nota explicativa.
- C. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- D. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- E. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- F. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- G. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- H. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- I. Facturas de venta a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo investigado.
- J. Facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.

Navarti Cerámica, S.A. en lo sucesivo Navarti Cerámica.

79. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría estableció para Navarti Cerámica un margen provisional de 7.99 por ciento, el cual es erróneo.
- B. La Secretaría consideró como no comparables y no representativos una serie de productos a los que ha otorgado, consecuentemente, un margen de 25.20 por ciento.

80. Para acreditar lo anterior, Navarti Cerámica presentó:

- A. Informe de costes para la homologación de productos elaborado por una empresa consultora de abril de 2003.
- B. Fichas de aplicación de productos no comparables o con ventas no representativas.
- C. Aclaración respecto a productos no comparables y/o no representativos de venta en el Reino de España.

- D. Precio de exportación y ajustes incluyendo la homologación de códigos de producto.
- E. Relación de productos no comparables y/o no representativos.
- F. Costo por esmalte de diversos recubrimientos cerámicos.
- G. Nota metodológica sobre ajustes y homologación de productos.
- H. Relación de comisiones pagadas de enero a junio de 2001 y facturas correspondientes.
- I. Cálculo de picking de enero a junio de 2001 y copia de las facturas correspondientes.
- J. Coste por pago a personal de enero a junio de 2001 y copia de las facturas correspondientes.

Pamesa Cerámica, S.L. en lo sucesivo Pamesa Cerámica.

81. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa presentó respuesta al formulario oficial y argumentó lo siguiente:

- A. Abrasivos Porcelánicos, S.L. y Pamesa Congeneración son empresas subsidiarias de Pamesa Cerámica.
- B. Pamesa Cerámica fue la empresa del grupo que exportó recubrimientos cerámicos en el periodo investigado.
- C. Las labores comerciales de productos cerámicos tanto en el mercado nacional como en exportación se realizan desde Pamesa Cerámica.
- D. Las relaciones de la organización así como el carácter de sus operaciones para las exportaciones del producto investigado no han experimentado cambio alguno desde el 1 de enero de 1999.
- E. Tomando en cuenta la necesidad de rápida adaptación y respuesta a las necesidades de cada uno de los mercados, Pamesa Cerámica mantiene una estructura de distribución tanto en el mercado nacional como en el extranjero, basada en la intervención de clientes que actúan como mayoristas encargados de hacer llegar el producto al consumidor final.

82. Para acreditar lo anterior, Pamesa Cerámica presentó:

- A. Diagrama corporativo.
- B. Diagrama de distribución.
- C. Facturas de venta en el mercado mexicano de enero a junio de 2001.
- D. Facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- E. Estado de pérdidas y ganancias de enero a junio de 2001.
- F. Informe de auditoría, cuentas anuales e informe de gestión de los ejercicios 2000 y 2001.
- G. Balance trimestral y semestral en el primer semestre de 2001.
- H. Relación de gastos por embalaje de enero a junio de 2001.
- I. Informe de ajuste por *picking* de enero a junio de 2001.
- J. Relación de ajustes por gastos generales.
- K. Documentos relativos a crédito expedido por una caja de ahorros de abril y julio de 2001.
- L. Relación de comisiones pagadas en el periodo investigado con sus respectivas facturas.
- M. Catálogo de productos.
- N. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- O. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- P. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- Q. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- R. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- S. Diagrama de ventas totales del corporativo.

- T. Nota metodológica sobre ajustes por embalaje, crédito, gastos por manejo de producto y gastos por comisiones e incentivos.

Peris y Cía., S.A. en lo sucesivo Peris.

83. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa manifestó que es procedente aplicar los ajustes por comisiones y picking para las ventas domésticas del producto investigado.

84. Para acreditar lo anterior, Peris presentó:

- A. Cálculo y justificación de ajuste por picking.
- B. Ventas al mercado interno, a los Estados Unidos Mexicanos, a otros mercados de exportación y totales de 1999 a junio de 2001.
- C. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- D. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- E. Copia de facturas por comisiones de enero a junio de 2001.

Porcelanatto

85. Mediante escrito del 23 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. La información presentada por la empresa relacionada Cerfomex con respecto a los fletes y seguros desde nuestro almacén y hasta sus instalaciones fue considerada deficiente por la Secretaría, por lo que en esta misma fecha Cerfomex presenta la información en cuestión con mayor detalle, con el objetivo de facilitar su comprensión.
- B. Se reportan los códigos de producto homólogos correctos para los códigos de producto que no tuvieron ventas representativas en el Reino de España.

86. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de facturas de venta de proveedores de 1999 a 2001.
- B. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- C. Análisis de productos similares en costes variables.
- D. Homologación de códigos de producto.
- E. Análisis de costes variables de diversos modelos de recubrimientos cerámicos.

Porcelanosa, S.A. en lo sucesivo Porcelanosa.

87. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría ha considerado para Porcelanosa un margen preliminar de 5.77 por ciento, el cual es erróneo.
- B. La información presentada por la empresa relacionada Porcelanosa México, con respecto a los fletes y seguros desde nuestro almacén y hasta sus instalaciones fue considerada deficiente por la Secretaría, por lo que en esta misma fecha Porcelanosa México presenta la información en cuestión con mayor detalle, con el objetivo de facilitar su comprensión.
- C. Existen 3 códigos de producto que Porcelanosa exportó a los Estados Unidos Mexicanos durante el periodo investigado a través de Porcelanosa México que a juicio de la Secretaría no tuvieron ventas representativas en el Reino de España durante dicho lapso, por lo que se reportan los códigos de producto homólogos correctos para dichos códigos de producto.

88. Para acreditar lo anterior, Porcelanosa presentó la homologación de códigos de producto sin venta representativa en el Reino de España.

Supercerámica, S.A. en lo sucesivo Supercerámica.

89. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Supercerámica argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría indicó que Supercerámica está realizando prácticas de dumping y determinó un margen de 10.31 por ciento el cual es erróneo, en virtud de que el motivo por el cual se obtiene este resultado es porque la Secretaría omitió considerar los productos homólogos vendidos en el Reino de España de aquellos que se han vendido a los Estados Unidos Mexicanos, que no tienen ventas en el Reino de España o éstas no son representativas por parte de Supercerámica.

- B. Contrario a lo afirmado por la Secretaría, si existen productos homólogos vendidos en el Reino de España con los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos, ya sea sin venta en el Reino de España o con un nivel de venta no representativo, lo que demuestra que las ventas a los Estados Unidos Mexicanos no se realizaron en condiciones de prácticas desleales de comercio.
- C. Para demostrar que los productos vendidos en el Reino de España, así como los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos presentan las mismas características técnicas, se han realizado ensayos de laboratorio aplicando las normas internacionales que especifican la manera de medir las características del producto y la forma de expresar los resultados obtenidos.
- D. La prueba de determinación de la abrasión superficial no se ha realizado para todos los productos y que se realiza únicamente para el azulejo que se coloca en el suelo.
- E. Para la comparación de productos, se identificaron los procesos productivos de éstos y se realizó la comparación entre los productos homólogos, de esta forma se demuestra que los productos presentados como homólogos tienen, además del mismo propósito ante el cliente final, las mismas características técnicas y el mismo proceso de fabricación. Asimismo, se tomó en cuenta las diferencias que pudieran existir entre dichos productos a nivel de costes.
- F. Del análisis de la información aportada se concluye que Supercerámica no ha realizado de modo alguno exportaciones a precios discriminados, por lo que se solicita dar por terminada esta investigación antidumping.

90. Para acreditar lo anterior, Supercerámica presentó:

- A. Ensayos de laboratorio relativos a las características de los productos de abril de 2003.
- B. Certificado sobre calidad y uso de productos cerámicos.
- C. Resumen de las características técnicas de los productos analizados en laboratorio.
- D. Comparativo de producción de recubrimientos mexicanos y españoles.
- E. Identificación de costes variables de recubrimientos mexicanos y españoles.
- F. Identificación de costes por esmalte y copia de las facturas correspondientes.
- G. Certificado de precios de coste, de abril de 2003, elaborado por una empresa consultora.
- H. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- I. Margen de dumping.

Taullel

91. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A. En la resolución preliminar la Secretaría ha considerado para Taullel un margen preliminar de 8.07 por ciento, el cual es erróneo.
- B. La información presentada por la empresa relacionada Tau México con respecto a los fletes y seguros desde nuestro almacén y hasta sus instalaciones fue considerada deficiente por la Secretaría, por lo que en esta misma fecha Tau México presenta la información en cuestión con mayor detalle, con el objetivo de facilitar su comprensión.
- C. Se reporta el código de producto homólogo correcto para el código de producto que no tuvo ventas representativas en el Reino de España; además se presentan las ventas del código de producto sin idéntico en los Estados Unidos Mexicanos y de su código de producto homólogo en el Reino de España.
- D. Se presenta una aclaración sobre el cálculo de capacidad productiva reflejando que el valor teórico máximo de la misma es inalcanzable.

92. Para acreditar lo anterior, Taullel presentó:

- A. Precio de exportación y ajustes de enero de 2001.
- B. Valor normal y ajustes de enero a abril de 2001.
- C. Aclaración sobre productos exportados a los Estados Unidos Mexicanos sin su correspondiente idéntico en el mercado interno español.
- D. Aclaración sobre capacidad productiva y metodología de cálculo empleada.

Venis, S.A. en lo sucesivo Venis.

93. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa argumentó lo siguiente:

- A.** En la resolución preliminar la Secretaría establece para Venis un margen preliminar de 3.64 por ciento el cual es erróneo.
- B.** La información presentada por la empresa relacionada Porcelanosa México con respecto a los fletes y seguro desde nuestro almacén y hasta sus instalaciones fue considerada deficiente por la Secretaría, sin embargo, dicha información fue presentada correctamente por Porcelanosa en los anexos al formulario oficial y debidamente sustentada con la documentación probatoria presentada, no obstante en esta fecha Porcelanosa México presenta la información con mayor desglose.
- C.** Existen dos códigos de producto que Venis exportó a los Estados Unidos Mexicanos durante el periodo investigado a través de Porcelanosa México que a juicio de la Secretaría no tuvieron ventas representativas en el Reino de España durante dicho lapso, por lo que se reportan los códigos de producto homólogos correctos para dichos códigos de producto.

94. Para acreditar lo anterior, Venis presentó la homologación de códigos de producto sin venta representativa en el Reino de España.

Venus Cerámica, S.A., en lo sucesivo Venus Cerámica.

95. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, esta empresa manifestó que en la resolución preliminar la Secretaría consideró como no comparables y no representativos una serie de productos a los que ha otorgado consecuentemente un margen de 25.20 por ciento, por lo cual presenta una homologación de productos.

96. Para acreditar lo anterior, Venus Cerámica presentó:

- A.** Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- B.** Nota metodológica sobre ajustes por diferencia de precios.
- C.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- D.** Relación de costos de producción en el primer semestre de 2001.
- E.** Observaciones a algunas facturas de Venus Cerámica y justificación de comparabilidad de modelos.
- F.** Facturas de marzo y junio de 2001.

Importadores y exportadores

Azulejera Jamam, S.A. de C.V.; Ferretería Baldor, S.A. de C.V.; Grupo Sanimex Ayuntamiento, S.A. de C.V.; Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, S.A. de C.V.; Papeles Pintados Iberia, S.A. de C.V.; Recubre, S.A. de C.V.; Rocersa México, S.A. de C.V. y Roig Cerámica, en lo sucesivo Jamam, Baldor, Sanimex, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Recubre y Rocersa México, respectivamente.

97. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Jamam, Baldor, Sanimex, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Recubre, Rocersa México y Roig Cerámica, argumentaron conjuntamente lo siguiente:

- A.** Con relación a lo que resolvió la Secretaría en el punto 250 incisos A y B de la resolución preliminar, respecto a nuestros argumentos de la personalidad jurídica del representante de Lamosa, consideramos que dicha autoridad no valoró adecuadamente esos argumentos, ya que en ningún momento cuestionamos la fe pública del notario ni la capacidad que tiene para dar fe sobre determinados hechos, sino que no cumplió con diversas disposiciones jurídicas al tirar la escritura pública 7,036 de fecha 31 de julio de 2001, ya que no acreditó ni las facultades legales del Director General de Lamosa, ni que el señor Federico Toussaint Elousa haya ocupado en ese tiempo el cargo de Director General. Dicho supuesto legal tiene por consecuencia que la personalidad de los señores María del Refugio Mejía Covarrubias, Héctor Vázquez Tercero y Adrián Vázquez Benítez no esté acreditada correctamente en el procedimiento.
- B.** La Secretaría tampoco tomó en cuenta las jurisprudencias citadas para fundamentar nuestras argumentaciones, respecto a la personalidad jurídica del representante de Lamosa; dichas jurisprudencias disponen que la sola afirmación del notario público en el sentido de que una persona está facultada para otorgar poderes de una sociedad, es insuficiente para acreditar dicho supuesto, ya que para ello es necesaria la transcripción correspondiente, a fin de que el Juez de la causa pueda resolver sobre tales aspectos y determinar si los poderes fueron otorgados por quien está legalmente facultado para ello.
- C.** De un total de 7 productores nacionales del producto investigado, la Secretaría resolvió sin fundamento ni motivación verificar a Porcelanite; lo lógico y representativo sería al menos verificar al

50 por ciento de la producción nacional, de lo contrario estaría obrando de manera incompatible con el artículo 4.1 del Acuerdo Antidumping.

- D.** La autoridad aplica un tratamiento inequitativo en las visitas de verificación a Porcelanite, y a Roig Cerámica y Rocersa, en virtud de que la autoridad verificará a Porcelanite y Porcel mediante un programa por demás sencillo y general en el que la revisión de los diversos indicadores económicos y financieros de la empresa se reduce a una muestra de tan sólo dos meses (marzo y junio) por cada uno de los años que comprenden el periodo analizado.
- E.** Se solicita que se verifique a Lamosa y Vitromex, además de Porcelanite y que el estándar en las verificaciones a los productores nacionales solicitantes sea el mismo que el de Roig Cerámica. Particularmente, la verificación a los productores nacionales debe comprender la revisión contable y financiera de los datos reportados para los seis meses que comprende el periodo investigado y los periodos comparables anteriores.
- F.** La Secretaría no valoró la totalidad de argumentos y pruebas presentadas sobre la no similitud entre el producto nacional y el importado; se ha demostrado que las diferencias en insumos utilizados, procesos productivos y diseño entre los productos importados y los nacionales deparan en productos cuyo uso final tiene como destino a consumidores ubicados en diferentes segmentos de mercado, considerando los gastos, preferencias y poder adquisitivo del consumidor.
- G.** Sanimex presentó una relación de la ubicación de los establecimientos en los que abastecen principalmente producto importado para demostrar que los productos no necesariamente compiten en forma directa, pues se dirigen a estratos económicos diferenciados.
- H.** Asimismo se presentaron diversas cartas las cuales muestran que el producto nacional es consumido por empresas constructoras cuyo nicho de mercado es la oferta habitacional denominada de interés social, en la que se busca abatir costos para satisfacer una demanda de vivienda popular o correspondiente a estratos sociales con ingresos moderados.
- I.** Al contrario de lo dispuesto en el punto 734 de la resolución preliminar, las diferencias en insumos, procesos productivos y diseño entre los productos importados y los nacionales sí impactan de manera importante en la intercambiabilidad de los productos.
- J.** La determinación de la autoridad respecto a las piezas especiales es irrevocable, incuestionable e insubsanable en el contexto de la investigación de recubrimientos cerámicos, toda vez que se trata de un hecho consumado; las solicitantes no presentaron la información de valor normal, precio de exportación, ni de daño a la industria nacional para estos productos. La única vía legal para investigar a las piezas especiales sería a través de una nueva solicitud de investigación cumpliendo con los requisitos establecidos en la legislación aplicable en la materia.
- K.** Los productos especiales son piezas cerámicas que funcionan como complemento a las losetas para muro y pavimentos y, por ende, no son sustitutos respecto de éstos.
- L.** Las piezas especiales, por regla general, se usan para mejorar, desde el punto de vista estético, el recubrimiento de un área determinada. Eventualmente, tienen la función de recubrir partes que requieren formas muy específicas que los recubrimientos cerámicos no pueden cubrir; por tanto, poseen formas geométricas que difícilmente pueden ser obtenidas mediante el simple corte manual de una loseta.
- M.** Las piezas especiales que se comercializan en los Estados Unidos Mexicanos son: ángulo, cenefas, pieza que cubre la parte inferior de la pared, esquinas sanitarias, esquineros, insertos, listelos, molduras, peldaños, productos rectificadas, tacos, torelo y zoclos o rodapié.
- N.** Las diferencias básicas entre piezas especiales y recubrimientos cerámicos son:
 - a.** La denominación de los recubrimientos son muro, piso o loseta, mientras que la pieza especial tiene una denominación que alude a su función y forma: listelo, cenefa, esquinero, peldaño, entre otros.
 - b.** La forma geométrica de los recubrimientos es rectangular y las piezas especiales tienen formas diversas.
 - c.** Las piezas especiales se comercializan en unidades de piezas, mientras que los recubrimientos para muros y pisos se comercializan en metros cuadrados.

- d. Las piezas especiales al ser convertidas a metros cuadrados tienen precios unitarios considerablemente superiores a los de los recubrimientos para muros y pisos.
- O. En la resolución preliminar la autoridad se refirió a los porcelánicos como porcelanatos. Al respecto, para efecto de especificar este producto en sus alcances genéricos y no referirse a una u otra marca registrada, la autoridad debiera tener en cuenta que la denominación comercial en español para este producto es gres-porcelánico o simplemente porcelánico, pero en italiano es porcellanato ges, en portugués porcelanato gres y en inglés porcelanin tiles. En el manejo comercial y coloquial llegan a usarse indistintamente estas denominaciones. La diferencia entre los productos gresificados, semigresificados y porcelánicos, la constituye fundamentalmente el grado de absorción de agua, uso de insumos, tiempos de cocción y temperatura.
- P. La loseta cerámica y las piezas especiales son fabricadas a base de material inorgánico como es el barro, caolín, wallastonita, laja, feldespato y talco, principalmente. Por lo que desde el punto de vista productivo, las diferencias que existen entre el producto gresificado, semigresificado y el porcelánico, dependen en primer término de las proporciones en las que se usan estos insumos, en virtud de que el uso de diferentes proporciones de los insumos determinará diferentes tiempos de cocción y diferentes propiedades técnicas, entre ellas, diferente grado de absorción de agua.
- Q. Los tipos de losetas cerámicas con relación a la temperatura de quemado son: porcelánica, gresificada, semigresificada, muro cottoforte, monoporosa y quemada tipo antigua.
- R. La Secretaría debe excluir, en definitiva, a los recubrimientos cerámicos con dimensiones superiores a 25 X 40 en muros y 40 X 40 en pisos, ya que la autoridad sólo debe centrar su análisis en los hechos que ocurrieron en el mercado de recubrimientos cerámicos en un periodo de enero a junio de 2001 en el cual no se observó la comercialización de este tipo de formatos por parte de los productores nacionales solicitantes.
- S. Las diferencias principales de los formatos de mayor tamaño son:
- a. La amplitud visual que se logra en el área que se recubre, ya que entre menos líneas de boquilla se logra una mayor amplitud visual.
 - b. En el mercado de la construcción, los formatos de grandes dimensiones le dan mayor valor agregado al espacio habitacional, de servicios o de negocios en virtud de los aspectos de diseño y moda que dictan las preferencias de los usuarios finales.
 - c. Al recubrir superficies de grandes dimensiones se utilizan formatos grandes toda vez que de esta manera se reducen costos de los materiales utilizados para la colocación de los recubrimientos a la vez que se obtiene una mayor rapidez en la instalación de los recubrimientos.
- T. Para efecto de la determinación del margen residual de discriminación de precios se considera como mejor información disponible la de los exportadores comparecientes en la investigación y no la proporcionada por los productores nacionales solicitantes.
- U. Para contrarrestar los efectos negativos de la práctica desleal, el margen residual de discriminación de precios debe sustentarse en el promedio ponderado del margen de dumping de las empresas comparecientes que efectivamente realizaron ventas en el mercado interno del Reino de España y ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos del producto investigado durante el periodo de investigación.
- V. Con relación a la participación de las empresas productoras nacionales y el análisis de daño, la Secretaría debe excluir a Lamosa. Asimismo, debe considerar el retiro de la empresa Interceramic como productor nacional que apoya la solicitud, toda vez que esta empresa manifestó que carece de interés jurídico en el resultado de esta investigación.
- W. Los consumidores del producto nacional e importado pertenecen a diferentes segmentos de mercado y algunos de ellos mantienen una política de abastecimiento dual.
- X. Las ventas de producto nacional se realizaron a precios menores respecto de las ventas del producto importado por lo que no ha habido tal decremento de compras de producto nacional, por el contrario, estas compras se siguieron incrementando a pesar del incremento observado por las importaciones.

- Y.** Por sus niveles de precio, los productos importados se ubican preferentemente en diferentes segmentos de mercado (reposición), mientras que por la misma razón, los productos nacionales están preferentemente insertados en otros mercados como es el de la construcción.
- Z.** No ha habido decremento de compras de producto nacional, por el contrario, estas compras se siguieron incrementado por lo siguiente:
- a.** Se observa un incremento tanto de las importaciones, como de las compras de producto nacional, en este sentido, la diferencia en tasas de crecimiento obedece a las diferencias de comportamiento en la demanda del mercado que enfrentan.
 - b.** Los 4 importadores que contiene la muestra utilizada por la Secretaría se abastecen y se han abastecido durante los últimos años principalmente de producto nacional, toda vez que de sus compras totales, incluyendo producto nacional e importado, sus compras a los productores nacionales solicitantes se han mantenido constantemente por arriba del 80 por ciento.
 - c.** En los periodos más recientes, las tendencias y participaciones de mercado han cambiado en sentido aún más favorable para los productores nacionales.
- AA.** Se solicita que se recalculen los datos de compras nacionales y de importación para la muestra de importadores a que se hace alusión en el punto anterior y, en consecuencia, se concluya que el incremento del producto importado no estuvo asociado a una caída en las compras del producto nacional.
- BB.** El aumento de las importaciones del producto español obedece a la caída del arancel a partir de 2000, la propia autoridad reconoce ese hecho tangencialmente en la resolución preliminar.
- CC.** La Secretaría debe comparar los precios de importación y los nacionales al mismo nivel de comercio, la conclusión a la que llega la Secretaría en el punto 859 de la resolución preliminar es incorrecta, debido a lo siguiente:
- a.** No está obteniendo el comportamiento promedio del precio de las importaciones, sino solamente de una muestra que pese a ser mayoritaria, se ha obtenido en forma sesgada.
 - b.** Ha dejado de lado los niveles encontrados de márgenes de discriminación de precios ya que una gran parte de los proveedores de las importadoras tienen márgenes menores al diferencial de precios obtenidos por la autoridad.
 - c.** El consumidor final paga un precio mayor por el producto importado sus preferencias no se derivan del diferencial de precios.
- DD.** El comportamiento adverso de los indicadores en el sector de la construcción impactó negativamente a la producción nacional del producto investigado por lo que con base en el análisis de los exportadores comparecientes, la autoridad cuenta con suficientes elementos para acreditar, en definitiva, que la disminución de la utilización de la capacidad instalada de la industria nacional tiene una relación directa con el comportamiento observado en la industria de la construcción.
- EE.** El daño alegado depende de datos no verificables y es ocasionado por la competencia interna entre los productores nacionales, es decir, el daño alegado no representa un comportamiento generalizado de la producción nacional ni siquiera de su parte principal como indica el Acuerdo Antidumping. El daño resulta de datos de las empresas no comparecientes que además de que no representan la mayoría, no serán objeto de verificación, pero sí originan o sobredimensionan su comportamiento adverso, por lo que el daño alegado resulta de una aguda competencia interna entre los propios solicitantes por lo que las empresas comparecientes desplazaron al resto de los productores.
- FF.** El crecimiento de las importaciones investigadas no está asociado al dumping, en el periodo investigado el producto nacional dirigido al mercado interno solamente perdió un punto porcentual de su participación en el mercado. Resulta preocupante que se sostenga un caso de daño alegando una pérdida de esta magnitud, cuando además dicha pérdida está asociada a un proceso de apertura comercial pactada entre gobiernos. Si la autoridad descuenta el efecto neto del proceso de desgravación convenido con la Unión Europea, esta pérdida del 1 por ciento deberá ser atribuida también a este proceso, con lo que los efectos serían aún más insignificantes.
- GG.** El desempeño de los productores nacionales fue adecuado conforme al entorno económico prevaleciente ya que contrastó positivamente con el entorno en el que se desenvuelve el sector, ya

sea del entorno económico nacional, del sector manufacturero en el que se encuentra inserto o del sector de la construcción al que abastece.

- HH.** El supuesto daño se deriva de la caída de las exportaciones ya que dicho impacto es mayor en 2.4 veces al impacto que en todo caso podrían tener las importaciones en supuestas condiciones de dumping.
- II.** La Secretaría debe analizar el efecto que tuvieron otros factores adicionales en el daño alegado por los productores nacionales solicitantes.
- JJ.** Los productores nacionales solicitantes gozan de márgenes operativos adecuados, los resultados adversos se explican a partir de un incremento en costos que no siguió las señales del mercado, así como a una disminución de ingresos totales que se atribuye principalmente a la caída en los ingresos por las ventas de exportación.
- KK.** La industria española no cuenta con capacidad de exportación libremente disponible.
- LL.** Los productores solicitantes han incurrido en diversas conductas anticompetitivas por lo que se solicita nuevamente a la Secretaría proceda al análisis y evaluación del impacto de las prácticas anticompetitivas en el mercado de recubrimientos cerámicos que se estudia.

98. Las empresas Jamam, Baldor, Sanimex, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Recubre, Rocersa México y Roig Cerámica presentaron conjuntamente lo siguiente:

- A.** Artículo intitulado "Gres Porcelanato", publicado por Cerámica Industrial volumen 04/05 de agosto a diciembre de 1996.
- B.** Flujograma del proceso de fabricación de gres porcelanato por Cerámica Industrial.
- C.** Información sobre gres porcelánico obtenida de la página de Internet <http://www.pavimentosonline.com/productos/ceramicos/cerampres.htm>.
- D.** Documento intitulado "El gres porcelánico español grandes prestaciones técnicas y posibilidades decorativas", obtenido de la página de Internet <http://spaintiles.info/esp/diseno/gres.asp>.
- E.** Importaciones de recubrimientos cerámicos por empresa y porcentaje de incremento de 1999 a 2002.
- F.** Volumen en metros cuadrados de compras anuales de productos nacionales e importados de 1999 a 2002 por Jamam, Recubre, Sanimex y Mercado y Bodega de Azulejos y Baños.
- G.** Indicadores económicos del mercado nacional de recubrimientos cerámicos de enero a junio de 1999 y sus dos similares de 2000 y 2001.

Roig Cerámica y Rocersa México

99. Adicionalmente, mediante escrito del 19 de mayo de 2003 Roig Cerámica y Rocersa México argumentaron lo siguiente:

- A.** La mayoría de productos vendidos al cliente no relacionado se corresponden con productos también vendidos en el mercado interno del Reino de España.
- B.** Para los productos vendidos en los Estados Unidos Mexicanos sin su correlativo en el Reino de España, Roig Cerámica y Rocersa México propusieron códigos sustitutos en los que se hiciera abstracción del color y se procediera a comparar el precio de exportación reconstruido y ajustado del producto vendido en los Estados Unidos Mexicanos, con el promedio ponderado del valor normal ajustado del conjunto de productos que solamente diferían en el color.
- C.** Para aquellos productos vendidos a los Estados Unidos Mexicanos sin una contraparte en el mercado interno del Reino de España se propuso compararlos con otros que difiriera no solamente en el color del revestimiento, sino también en el color del decorado. Sin embargo, la autoridad no consideró esta metodología, por lo que para dichas ventas utilizó el margen de dumping que resulta de la información de las solicitantes, es decir tanto de valor normal como de precio de exportación. Al respecto consideramos que no debió tomarse en cuenta también el precio de exportación, cuando la parte que no se tiene, en todo caso, es la correspondiente al valor normal.
- D.** Al calcular el precio de exportación ajustado, no se deben contabilizar los cargos post-factura, pues ya se contienen en el ajuste por utilidad.

- E. Los precios a los que negocian Roig Cerámica y Rocersa México los suministros entre partes relacionadas, suelen sufrir ulteriores modificaciones derivadas de cargos o abonos respecto de los valores originalmente pactados, debido a las políticas de comercialización convenidas entre partes relacionadas; estas deducciones afectan la cuenta de costo de ventas, incrementándola o disminuyéndola según corresponda. A su vez, la utilidad de Rocersa México se calcula tomando en consideración dichos incrementos o disminuciones, por lo que su inclusión en el valor del producto en aduanas, resulta en una doble contabilización de esos conceptos.
- F. Al revisar los estados financieros y de resultados dictaminados, Rocersa se percató que existen diferenciales marginales en algunas de las cifras utilizadas respecto del embalaje, comisiones, flete, gastos generales de venta y administración, financieros y de utilidad, mismas que no introducen cambios sustanciales en el análisis de dumping. Estas diferencias se derivan del hecho de que Rocersa utilizó datos de la balanza contable antes de los ajustes derivados del dictamen a los estados financieros y de resultados.
- G. Asimismo, al conciliar las ventas del sistema de facturación de Rocersa con las de la contabilidad, se ha advertido que existe un concepto por descuentos a los clientes no relacionados, correspondiente a notas de crédito; sin embargo; las devoluciones son marginales por lo que no consideró necesaria su inclusión.

La ASCER y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber 1, S.L., en lo sucesivo Azuliber; Ballesmar, S.L., en lo sucesivo Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal, S.A., en lo sucesivo Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa, S.L., en lo sucesivo Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres, S.A., en lo sucesivo Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castillo; Industrias Alcorenses Confederadas, S.A., en lo sucesivo Inalco; Industria Cerámica Alcorense, S.L., en lo sucesivo Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez y Cía., S.L., en lo sucesivo Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos, S.A., en lo sucesivo Venus Dos; Ballesmar de México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Ballesmar de México; Cerfomex; GNK México, S.A. de C.V. en lo sucesivo GNK; Peronda México; Porcelanosa México; Superficies Decorativas, S.A. de C.V. ahora Artexa México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Artexa; Tau México; Azulejos Vives, Cerámica Vives y Pamesa Cerámica.

100. Mediante escritos del 19 y 23 de mayo de 2003, la ASCER y las empresas importadoras y exportadoras señaladas argumentaron lo siguiente:

- A. La Secretaría al hacer los cálculos del margen de dumping procedió con excesivo rigor y así, ante cualquier defecto mínimo o explicación a su juicio insuficiente de algún ajuste, aplicó a las operaciones correspondientes el indebido margen de 25.20 por ciento que habían propuesto las solicitantes, de esta manera, en exportaciones a precios mucho más altos que los del valor normal, la Secretaría aplicó el citado margen lo que obviamente hizo que 17 empresas salieran injustamente con un margen positivo.
- B. El margen de dumping de 25.20 por ciento propuesto por las solicitantes de ninguna manera puede constituir la mejor información disponible, ya que es mejor información la que proporcionaron las empresas importadoras y exportadoras, por derivar de operaciones reales y más representativas.
- C. La información presentada por las solicitantes incluye pedimentos y facturas de operaciones realizadas fuera del periodo investigado.
- D. Las propuestas de productos similares de las empresas exportadoras se basaron fundamentalmente en motivos estrictamente de similitud técnica, de composición, y en la inmensa mayoría de pertenencia a una misma serie, familia o colección comercial. La similitud técnica se ha fundamentado por parte de las empresas en todo momento en las normas internacionales ISO existentes sobre baldosas cerámicas.
- E. Es correcto afirmar que la mercancía investigada sí puede diferenciarse y se diferencia significativamente en términos del color y que, al mismo tiempo, existan casos particulares dentro de una misma familia o colección producidos dentro de una misma empresa, en los que el impacto de los esmaltes a la hora de diferenciar los costes del producto, es muy reducido.
- F. Las aplicaciones de esmaltes, fritas y colores, es uno de los principales factores que permiten la diferenciación entre los productos de distintas empresas y de distintas colecciones dentro de la producción de una misma empresa, lo que implica una importante repercusión en los costes de

elaboración de los productos y su variabilidad; sin embargo, lo anterior no impide que, a nivel de una misma empresa y, en particular, dentro de una misma serie o colección las diferencias de costes de ambos productos sean muy reducidas y apenas medibles para los sistemas contables de las empresas.

- G.** Debe considerarse como ya excluidos de la investigación tanto a los porcelánicos o porcelanatos como a las piezas especiales, ya que las propias solicitantes manifestaron que no estaban incluidas en la misma, además de que reconocieron haber importado dichos productos, y que se encontraban imposibilitadas para proporcionar pruebas de valor normal y precio de exportación.
- H.** Además de las piezas especiales y los porcelánicos, la Secretaría deberá de excluir todos aquellos productos especiales que cada empresa en su caso le demuestre que no son producidos por las solicitantes.
- I.** Las pruebas presentadas como respuesta al requerimiento de información de la Secretaría demuestran que la utilización de un nivel de alrededor del 90 por ciento de la capacidad instalada en las industrias de recubrimientos cerámicos de todo el mundo es un nivel de óptima utilización, no siendo técnicamente posible, a nivel sectorial, aumentar sobre dicha tasa de utilización por motivos técnicos.
- J.** Las mismas solicitantes a través de la AMPREC reconocieron por 3 años consecutivos, a través de su participación en el World Ceramic Tile Manufacturers' Forum que no es posible aumentar la producción real por encima del 90 por ciento de la capacidad instalada. En este sentido, es conveniente aclarar que la industria mexicana experimentó de 1997 a 1999 aumentos simultáneos de su capacidad instalada y de su producción efectiva, por lo que tal comportamiento sería incompatible con la afirmación de que es posible incrementar por encima del 90 por ciento la capacidad instalada.
- K.** Desde 1988, el Instituto Tecnológico de Cerámica, en lo sucesivo ITC, mantiene implantado un Sistema de Calidad para garantizar su competencia como laboratorio de ensayo, lo que le permitió ser el primer laboratorio acreditado del Reino de España, conjuntamente con otros dos organismos por la Entidad Nacional de Acreditación. El ITC es un centro de prestigio internacional en el campo de las baldosas cerámicas y pertenece a la red internacional de laboratorios cerámicos. El informe elaborado por el ITC demuestra que no es posible, dadas las condiciones técnicas actuales, aumentar la producción real por encima de los niveles del 90 por ciento de la capacidad productiva teórica.
- L.** Se presentan dos informes elaborados por el señor Robert E. Daniels, Director Ejecutivo del Tile Council of America; ambos informes relatan la situación general de las industrias mundiales de azulejos y explica los factores que motivan que la producción real máxima alcanzable no puede por motivos técnicos, alcanzar a la capacidad productiva teórica.
- M.** Todas las empresas se ven afectadas por las mismas circunstancias tecnológicas que impiden alcanzar el 100 por ciento de la capacidad instalada teórica, sin embargo, todas se encuentran en pleno rendimiento de su producción máxima efectiva alcanzable.
- N.** Aquellas empresas que reportaban en sus anexos A.1 de los formularios oficiales un uso de 100 por ciento de la capacidad productiva, lo hicieron por confusión de los conceptos de capacidad productiva teórica y producción realmente alcanzable. Aunque habitualmente y a nivel sectorial la capacidad instalada anual teórica se calcula multiplicando 365 días por la capacidad productiva diaria máxima, hay empresas que han optado por obtener la capacidad instalada multiplicando la capacidad diaria por menos días, debido a que esos días son los necesarios para el mantenimiento u otras operaciones.
- O.** En otras ocasiones se experimentó un aumento de la capacidad instalada en el primer semestre de 2001 debido a que las paradas de los hornos para el mantenimiento se realizaron en verano, coincidiendo con periodos vacacionales.
- P.** Los datos entregados por la ASCER, así como por las propias empresas exportadoras, evidencian que los datos presentados por las solicitantes en cuanto a la evolución, estructura y diversificación de las ventas sectoriales de la mercancía investigada son insuficientes y sesgados.

- Q.** La Secretaría puede comprobar a través de instancias oficiales que las exportaciones españolas de la fracción investigada en ese periodo crecieron 8.15 en unidades de kilogramos o 8.30 por ciento si se mide en metros cuadrados, y no 30 por ciento como lo indican los solicitantes.
- R.** Se ha observado a lo largo del procedimiento que los datos oficiales de las estadísticas mexicanas obtenidas del Sistema de Información Comercial de México, en lo sucesivo SIC-MEX, no corresponden con las cifras aportadas por los solicitantes para iniciar esta investigación.
- S.** El informe de la ASCER que utilizan los solicitantes no proporciona información completa ni suficiente sobre los países de destino de las ventas españolas de azulejos y pavimentos cerámicos, sino sólo algunos de ellos. En estas cifras faltan los datos de exportación a otros 170 países a los que efectivamente se exportaron baldosas cerámicas. Asimismo, al tratarse de cifras agregadas, los datos no corresponden a la fracción 6908.90.01, dado que la industria española fabrica y exporta productos incluidos en los capítulos arancelarios 6907 y 6908, por lo que los datos que han utilizado los solicitantes incluían también mercancías no investigadas.
- T.** El mercado mexicano es uno de los más de 183 mercados de exportación, que no es el mercado más importante y que no es el que más crece de la exportación española ni por tasa de crecimiento ni por valor absoluto.
- U.** No existe una fracción exactamente igual en el Reino de España que en los Estados Unidos Mexicanos para las baldosas cerámicas; el grado de detalle del Reino de España es mucho más alto debido a la larga tradición fabricante y de exportación existente desde hace muchos años por parte del Reino de España, la República Italiana y la República Federal Alemana, entre otros.
- V.** La relación entre metros cuadrados y kilogramos no es fija y variaciones en dicha relación pueden alterar los resultados sensiblemente, por lo que la Secretaría deberá comprobar que la regla convencionalmente establecida de 17 kilogramos por metro cuadrado no es siempre aceptable.
- W.** El Reino de España exportó la mercancía investigada a exactamente 183 países en el 2001; las exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos representaron tan sólo el 2.3 por ciento de las exportaciones españolas, y un 1.1 por ciento de las ventas totales españolas si consideramos que las exportaciones son tan sólo el 50 por ciento del total. Por lo anterior, no es sostenible que los Estados Unidos Mexicanos puedan considerarse como el mercado al cual se destinarían principalmente hipotéticos incrementos productivos, dado su escaso peso en las ventas españolas.
- X.** Desde el 1 de enero de 1986, el Reino de España es miembro de la Unión Europea, que constituye de hecho el mercado doméstico para los fabricantes españoles de recubrimientos cerámicos. La Unión Europea se ampliará el próximo mayo de 2004 a 25 países, al unirse 10 países más de Europa del Este; la integración de los llamados "países de ampliación" va a suponer una mayor apertura comercial y económica a todos los niveles y un aumento progresivo de sus niveles adquisitivos, con lo que se proyecta un fuerte incremento de las ventas a esos mercados que ya están experimentando un fuerte crecimiento en sus demandas de azulejos y pavimentos cerámicos. Asimismo, en 2007 se adicionan la República de Bulgaria y Rumania.
- Y.** El resto de Europa del Este ha seguido un proceso de apertura comercial e incremento de los intercambios comerciales cada vez mayor; por lo que las exportaciones españolas son un destino cada vez más importante.
- Z.** Por otra parte, hay que recordar que los Estados Unidos de América, como país individual, es el principal destino de las exportaciones españolas, y que cuenta con un enorme potencial de crecimiento debido a su bajo consumo de azulejos y pavimentos per cápita y a su alto poder adquisitivo.
- AA.** Otra de las zonas más prioritarias de la exportación española son los países mediterráneos del Norte de África y de Oriente Medio. Adicionalmente, la Unión Europea cuenta con acuerdos comerciales con terceros países que permite acceso a bajos o nulos niveles arancelarios a múltiples mercados.
- BB.** No es cierto que en el 2001 los Estados Unidos Mexicanos hayan sido el mercado que más haya crecido, ya que las exportaciones españolas a dicho país crecieron 14.7 por ciento en toneladas o un 16.4 por ciento en metros cuadrados, y en 2001 se registraron incrementos superiores en 73 países.
- CC.** Debido a la crisis experimentada por la economía mexicana, las exportaciones españolas se hundieron repentinamente en el primer semestre de 1995, reduciéndose a valores insignificantes; las ventas alcanzadas por el sector español en el segundo semestre de 1994 no volvieron a alcanzarse hasta 6 años después, esto es en el segundo semestre de 2000. Lo anterior es importante ya que

sería erróneo analizar la presente situación sin tomar en cuenta que se trata de una recuperación de una demanda habitual y previa a una circunstancia excepcional como fue la crisis del peso.

- DD.** No existe correlación de tipo inverso entre la evolución de las exportaciones españolas a los Estados Unidos Mexicanos y los precios de venta denominados en pesetas; de hecho, es muy notable que los precios se mantienen estables a lo largo de todo el periodo dentro de una estrecha franja de entre 55 y 65 pesetas por kilogramo, no existiendo tendencia alguna a la reducción de los precios.
- EE.** En la presente etapa de la investigación, aquellas empresas exportadoras que han podido hacerlo, han calculado su propio costo de picking para fundamentar este ajuste. Aquellas empresas que no han tenido la posibilidad de hacerlo, dada la enorme dificultad de identificar un costo que comúnmente no se contabilizaba por separado, y de segregarse sus componentes dentro de su contabilidad, reiteran su solicitud de que se les aplique el ajuste por picking que se presentó para todas las exportadoras y que la Secretaría aceptó aplicar.
- FF.** El ajuste por picking ya fue presentado y debidamente sustentado en el curso de la investigación por la ASCER, con base en las cifras que para tal costo identificó la firma consultora Arthur Andersen; cifras que fueron identificadas en un estudio sectorial, precisamente referido a la logística del sector cerámico español, y por ende, tiene plena validez legal y económica dentro de este procedimiento.

101. Para acreditar lo anterior, la ASCER y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos; Ballesmar de México; Cerfomex; GNK; Peronda México; Porcelanosa México; Artexa; Tau México; Azulejos Vives, Cerámica Vives y Pamesa Cerámica presentaron lo siguiente:

- A.** Estudio intitulado "Capacidad Productiva de las Instalaciones para la Fabricación de Recubrimientos Cerámicos", elaborado por el ITC, del 15 de octubre de 2002.
- B.** Fax de Porcelanosa a la ASCER relativo a la productividad de los hornos del 14 de octubre de 2002.
- C.** Fax de la Associazione Costruttori Italiani Macchine Attrezzature per Ceramica del 14 de octubre de 2002, sin traducción al español.
- D.** Aclaración sobre la capacidad productiva y la metodología de cálculo empleada para el anexo A.1 del formulario oficial reportada por la ASCER, Azulejos Cabrera, Azulejos Plaza, Azulejos Vives, Azuvi, Cerámica Gómez, Cerámica Vives, Cerámicas Azahar, Cerámicas Fanal, Cerámicas Gaya, Coloker, Colorker Porcelánico, Dual Gres, Gresitec, Halcón Cerámica, Hijos de Cipriano Castello, Italcerámica, Incea, Navarti Cerámica, Pamesa Cerámica, Porcelanatto, Peris y Cía, Porcelanosa, Sucesores de Manuel Gómez, Tau, Venis, Venus Cerámica y Venus Dos.
- E.** Listado que contiene producción, capacidad instalada y porcentaje de utilización por empresa exportadora y global para los años de 1999 a 2001.
- F.** Exportaciones por tasa de crecimiento en 2000 y 2001.
- G.** Exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos de 1998 a 2002 obtenidas de la base de datos oficial "ESTACOM" (Estadísticas de Comercio Exterior de España) de manera mensual.
- H.** Gráfica de exportaciones mensual y semestral en pesos y pesetas por kilogramo de 1999 a 2002.
- I.** Gráfica de exportaciones por semestre de 1993 a 2001.
- J.** Capacidad instalada de Azuliber y nota explicativa del cálculo.
- K.** Carta del ITC de mayo de 2003, relativo a las acreditaciones y reconocimientos de la organización.
- L.** Memoria de actividades del ITC, 2000-2001.

102. Adicionalmente, las empresas importadoras y exportadoras señaladas anteriormente presentaron diversos comentarios al escrito de argumentos y pruebas complementarias de los solicitantes.

GNK y Keraben

103. Mediante escritos del 19 de mayo de 2003, GNK y Keraben argumentaron lo siguiente:

- A.** Keraben puso en marcha un proyecto de implantación en el mercado mexicano en 1998; el proyecto nace con el objetivo de rentabilizar la inversión de los 3 primeros ejercicios (1998-2000).
- B.** El reinicio de las operaciones de GNK en Guadalajara, en el primer semestre de 2001, es trascendente para comprender la clasificación apropiada de los gastos generales de venta y administración de la empresa durante este periodo. Una parte importante de dichos gastos generales, como consecuencia del reinicio fue de naturaleza extraordinaria.
- C.** El artículo 64 del RLCE determina que la autoridad investigadora podrá excluir aquellos gastos generales que sean de naturaleza extraordinaria, es decir, que ocurran de manera fortuita o infrecuente, representen una pérdida de capital contable y no estén relacionados con la generación de ingresos. Los gastos que GNK ha identificado como extraordinarios, relacionados con el reinicio de sus operaciones en Guadalajara, en el primer semestre de 2001, cumplen con todos los supuestos de dicho artículo. Estos gastos incluyen el pago de renta por una bodega que no estaba en uso, los conceptos por liquidaciones de los trabajadores de la operación anterior en los Estados Unidos Mexicanos y otros que no se presentan en ejercicios financieros de la empresa.
- D.** La respuesta inmediata que mostraron las ventas de Keraben en el Reino de España ante la campaña publicitaria es prueba fidedigna de que los gastos de publicidad involucrados fueron claramente incidentales a las ventas. El artículo 54 del RLCE establece que son admisibles aquellos ajustes al valor normal que sean incidentales a las ventas y que formen parte del precio de éstas.
- E.** Un gasto de publicidad deja de tener carácter general, y se convierte en un gasto incidental a las ventas, en el momento en el cual se puede establecer una vinculación directa entre el gasto en cuestión y la generación de ventas, misma que de otra manera no se hubiera llevado a cabo. En efecto, al igual que el pago de una comisión mercantil, los gastos de publicidad incurridos por Keraben durante el primer semestre de 2001, resultaron en la generación de ventas para la empresa y formaron parte del precio de éstas, en la medida en la cual de los recursos obtenidos de las ventas se cubrieron los gastos de publicidad referidos.
- F.** Un producto fabricado por Keraben y que cumple con las condiciones para su exclusión del procedimiento antidumping, se denomina en el Reino de España o en los Estados Unidos Mexicanos "Mármari", cuyas características son:
 - a.** Brindan elegancia estética propia del mármol, al mismo tiempo que desaparecen los tradicionales problemas asociados a un material tan delicado como la piedra natural; así por ejemplo, la gran desviación entre tonalidades que puede presentar la piedra natural, o la no resistencia al ataque ácido-base propia de los mármoles, son aspectos que no afectan a los recubrimientos de esta serie.
 - b.** No se fabrican dos piezas exactamente iguales en lo que respecta a la impresión de su decoración, dotando a estos pavimentos y revestimientos de un vetado aleatorio de aspecto muy natural, claramente superior en diseño y percepción de alta calidad a cualquier otro revestimiento cerámico.
 - c.** La aplicación de dicha decoración se lleva a cabo empleando la última tecnología que brinda a estos productos una definición de transparencia del dibujo, una repetición en tonos y una variedad de disposiciones del diseño.
 - d.** La serie se ofrece en varias colecciones marmoleadas: travertino, blanco barrara, botticino, etc., dicha serie complementa las bases con presentaciones en formato mosaico.
 - e.** Es un producto exclusivo y de gama muy alta, en lo que a revestimiento y pavimento de interiores se refiere, que lógicamente lo encuadran en una horquilla de precios muy elevados
- G.** El ITC en su informe emitido el 23 de abril de 2003, manifestó que la fabricación de baldosas cerámicas de revestimiento poroso esmaltadas y pulidas implica un gran reto tanto técnico como económico para la empresa; este tipo de revestimientos cerámicos se ha incorporado a la gama de productos cerámicos de una selecta minoría de empresas cerámicas. Sobre la base del conocimiento del sector cerámico y a la información recabada de las principales ferias comerciales se considera que el número de empresas que ofertan este tipo de producto debe ser muy reducido, y además, no se tiene constancia hasta la fecha de que alguna empresa mexicana se dedique a la fabricación de este producto.

- H. Desde hace algunos años Keraben ha estado creando una marca de imagen con el objetivo de vender un producto diferencial y de alto nivel en el mercado.
- I. Keraben dispone de una amplia gama de pavimentos de gres porcelánico que se caracteriza por los más sofisticados y exclusivos efectos estéticos, aspectos marmoleados de gran profundidad y rústicos de extraordinaria belleza.
- J. Keraben porcelánicos es el resultado de la transformación de materias primas de excelente calidad, que gresificadas a altísimas temperaturas dan como resultado un producto de nula porosidad. Debido a su alto grado de compactación y dureza resiste una mayor carga de fractura y ofrece más resistencia a la flexión, ello permite su instalación en aplicaciones de uso público y de tránsito frecuente, así como para pavimentaciones sujetas a rigurosas normas de seguridad, debido a que su comportamiento en el test de abrasión profunda supera con creces los estándares de resistencia al desgaste requeridos.
- K. Al ser los porcelánicos un producto extraordinariamente adaptable tanto a ambientes interiores como exteriores, permite conseguir una mejor integración decorativa entre las estancias de fuera y dentro de la casa. Por su magnífica resistencia a la abrasión, está especialmente recomendado para edificios públicos en los que el tránsito de personas es muy intenso.
- L. Keraben porcelánico consta de 2 líneas de producto: lcestones, gres porcelánico esmaltado y Marathon Granite, que engloba una amplia gama de productos de gres porcelánico en masa, que reproducen efectos de piedra y mármol. Este producto va dirigido a los segmentos de gama alta y elevados requerimientos técnicos y estéticos, en aquellos mercados dispuestos a pagar un elevado precio.
- M. Los fabricantes mexicanos no satisfacen el 100 por ciento de la demanda del país, dado que si bien es habitual encontrar en sus catálogos porcelánicos técnicos convencionales, coloreados en masa y pulidos, no es fácil encontrar porcelánicos esmaltados, pulidos o semipulidos y rectificadas.
- N. Aun en el hipotético caso que pudiéramos considerar que los productos exportados por Keraben tienen características y composición semejantes y cumplen las mismas funciones que los fabricados por la industria mexicana, en ningún caso pueden ser considerados como comercialmente intercambiables, ya que los precios de venta de dichos productos se sitúan sistemáticamente por encima de los productos mexicanos. Asimismo, no son comercialmente intercambiables porque al presentar un precio de venta considerablemente superior son destinados a un segmento de mercado diferente al de la industria nacional que se centra en consumidores con menores recursos económicos.
- O. Keraben decidió proteger en el mercado mexicano, al igual que en multitud de países, tanto la marca "Keraben" como el diseño de su logotipo, en los Estados Unidos Mexicanos se cuenta con dicha protección desde 1999.
- P. Suponiendo sin conceder que los productos Keraben y los de la industria nacional mexicana son similares, no podemos en ningún caso pretender señalar que ha habido subvaloración de aquellos con respecto a éstos, como debe quedar demostrado con la comparación de los precios promedio y específicos ente ambos.

104. Para acreditar lo anterior, GNK y Keraben presentaron lo siguiente:

- A. Enfoque estratégico de Keraben de abril de 2003.
- B. Registro de la marca "Keraben" de enero y junio de 2000.
- C. Estado de situación financiera de GNK al 31 de diciembre de 2000.
- D. Estados financieros de GNK al 31 de diciembre de 2001 y 2002.
- E. Inscripción de GNK al Registro Federal de Contribuyentes del 7 de agosto de 2001.
- F. Ventas semestrales nacionales de Keraben en el ejercicio 2000.
- G. Copia de recibos y facturas por concepto de flete pagado por Keraben en el 2001.
- H. Copia de facturas de venta de Keraben al mercado mexicano de junio de 2001.
- I. Relación de ventas en el 2001 por modelo de Keraben.
- J. Copia de catálogos de producto de Keraben.
- K. Copia de facturas de venta de Keraben en el mercado interno de diciembre de 2001.

- L. Información de costos por modelos y copia de las facturas correspondientes.
- M. Esquema de fabricación y distribución de recubrimientos cerámicos.
- N. Documentos que acreditan el arrendamiento de naves a Keraben.
- O. Contrato de arrendamiento financiero de maquinaria del 30 de junio de 2000 de Keraben.
- P. Copia del Boletín de Cotización a la Seguridad Social de enero a junio de 2001 de Keraben.
- Q. Carta relativa a la campaña publicitaria de Keraben de abril de 2003.
- R. Relación de gastos facturados por una agencia de publicidad en el primer semestre de 2001 y extracto contable respectivo.
- S. Informe del ITC denominado "Consideraciones sobre la fabricación de piezas de revestimiento poroso de gran formato pulidas" de abril de 2003.
- T. Relación de ventas de producto "Mármari" en el segundo semestre de 2000 y primer semestre de 2001.
- U. Cartas de diversos clientes de Keraben relativas a las características del producto, de abril de 2003.
- V. Copia de contratos mercantiles de distribución de noviembre de 2000 y escrituras públicas en las que consta la legal existencia de las empresas contratantes.
- W. Determinación de la absorción al agua de diversos porcelanatos elaborado por el ITC en abril de 2003.
- X. Precios promedio ponderados de productos exportados por Keraben al mercado mexicano de enero a septiembre de 2001.
- Y. Certificado ISO 9001.
- Z. Estudio sobre la existencia de diferencias entre el producto fabricado por Keraben y distribuido por GNK y los demás productos nacionales e importados, elaborado por una empresa consultora, de abril de 2003.
- AA. Copia certificada de la declaración del ejercicio 2002 de personas morales.
- BB. Certificado de precios de compra de materias primas de Keraben al 13 de mayo de 2003, elaborado por una empresa consultora.
- CC. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- DD. Importaciones totales de GNK de enero a junio de 2001.
- EE. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- FF. Relación de códigos de producto.
- GG. Margen de discriminación de precios.
- HH. Reconstrucción del precio de exportación.
- II. Artículos cerámicos exportados a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- JJ. Tipo de cambio de euros a dólares de 1999 a 2001.
- KK. Tipo de cambio de pesos a dólares de enero a junio de 2001.
- LL. Conversión de piezas a metros cuadrados.
- MM. Relación de gastos de importación de GNK de enero a septiembre de 2001.
- NN. Ventas de Keraben a GNK en el primer semestre de 2001.
- OO. Ventas totales en los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los mercados de exportación de enero a junio de 2001.
- PP. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.
- QQ. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- RR. Indicadores de Keraben de enero de 1999 a junio de 2001.

Delegación de la Comisión Europea en los Estados Unidos Mexicanos

105. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, la Delegación de la Comisión Europea argumentó lo siguiente:

- A.** En el punto 256 de la resolución preliminar se establece que el margen de dumping de 25.2 por ciento se basó en datos de las empresas denunciadas. La autoridad mexicana no se encontraba legitimada para recurrir al uso de hechos disponibles ya que los requisitos para el uso de éstos se encuentran detallados en el Acuerdo Antidumping y han sido confirmados por la jurisprudencia de la Organización Mundial de Comercio (USA-acero laminado de Japón).
- B.** Para la mayoría de los productos, las autoridades mexicanas no pidieron información sobre los costes de producción, no obstante que esta información permite la realización de los ajustes necesarios a tener en cuenta para las diferencias entre modelos.
- C.** En lugar de usar la información de costes, consideramos que las autoridades mexicanas tienen la responsabilidad de encontrar una metodología apropiada y razonable para resolver tal problema.
- D.** La mayor parte de los exportadores españoles cooperaron ampliamente presentando la información sobre las ventas de exportación de toda la variedad de modelos exportados a los Estados Unidos Mexicanos. Por lo que se considera que existía otra información, a disposición de las autoridades mexicanas, que era más razonable que las simples alegaciones sin verificar contenidas en la denuncia. En razón de lo anterior, los únicos márgenes de dumping significativos encontrados en este caso se refieren a aquellos modelos donde se aplicaron los hechos disponibles; por el contrario, el margen de dumping calculado para aquellos otros modelos para los que se utilizaron los datos reales fue muy pequeño.
- E.** Causa sorpresa el hecho de que las visitas de verificación no se lleven a cabo para todos los exportadores a los que se ha aplicado la mejor información.
- F.** Respecto al daño, casi todos los indicadores muestran tendencias positivas y por los pocos indicadores que presentan un debilitamiento durante el periodo investigado queda claro que las causas son otras que las importaciones.
- G.** Si el caso aún continúa abierto es debido probablemente a que las autoridades están examinando si existe una amenaza de daño.
- H.** Según las normas de la OMC, el estándar para determinar una amenaza de daño es muy alto; en especial, el artículo 3.7 del Acuerdo Antidumping dispone que una amenaza se basará en hechos y no solamente en alegaciones, conjeturas o una posibilidad remota, sino que debe ser claramente previsible e inminente.
- I.** Las autoridades mexicanas han indicado tres factores principales que podían apoyar un caso de amenaza: aumento reciente de las importaciones objeto de dumping, aumento en la capacidad de producción de los exportadores y tratamiento aduanero favorable para el producto investigado.
- J.** Es muy cuestionable que el supuesto aumento de las importaciones durante el periodo investigado puede aún ser lo bastante reciente como para calificarlo como claramente previsto e inminente para justificar finalmente la imposición de un derecho antidumping. No se puede determinar una amenaza de daño tomando como base información de hace casi dos años, ya que el término amenaza de daño entraña una relación con el futuro.
- K.** A pesar de algunos aumentos durante el periodo investigado, las importaciones españolas se encontraban al final de ese periodo de nuevo a los niveles a los que habían llegado al principio de los años noventa. Además, representaban únicamente el 5 por ciento del mercado mexicano durante el periodo investigado y con esa cuota de mercado difícilmente era posible algún impacto sobre los productores nacionales.
- L.** Respecto a la capacidad, el supuesto aumento encontrado por las autoridades mexicanas hace referencia a un periodo no reciente y no puede de nuevo contarse como amenaza actual.
- M.** Los exportadores españoles han demostrado que su capacidad está cerca de la plena utilización que es el 90 por ciento, el cual es normalmente el nivel máximo de utilización para este tipo de industria.
- N.** Por otra parte, el consumo nacional español ha aumentado y lo mismo han hecho las ventas interiores en el mercado español. Las exportaciones a sus mercados de exportación tradicionales que se han mantenido estables el 70 por ciento, van a Europa, Oriente Medio y África.

- O. Las pruebas disponibles indican que con la ampliación de la Unión Europea sus ventas en el mercado de la misma aumentarán.
- P. Con relación al tratamiento aduanero favorable para el producto investigado, se observa que bajó del 23 por ciento al 12 por ciento. En razón de lo anterior se considera:
 - a. Que la disminución hasta un 12 por ciento tuvo lugar hace dos años pero este nivel no debe, en principio, cambiar hasta 2007, por lo que en términos de amenaza, no se prevé cambio negativo.
 - b. El tratamiento aduanero para las baldosas originarias de otros exportadores tradicionales a los Estados Unidos Mexicanos es más favorable, así como los derechos aduaneros de entre 1 al 10 por ciento. La cuestión puede también plantearse en cuanto al por qué una amenaza de daño debe venir de importaciones procedentes del Reino de España y no de importaciones procedentes de estos otros países, y
 - c. No se puede ver la coherencia entre la decisión de los Estados Unidos Mexicanos de proceder a un desarme arancelario para así promover la apertura del mercado, y la decisión inmediata subsiguiente mediante la apertura de una investigación muy dudosa basada en amenaza de daño.
- Q. Respecto a los precios, se destaca la consolidación sustancial más el 40 por ciento del euro respecto al peso mexicano desde el periodo investigado. Cualquier posible subcotización encontrada durante el periodo de investigación se habría disipado por esta circunstancia. Una amenaza que se encuentra sobre esta base debería asumir que los índices monetarios van a retornar a los antiguos niveles.
- R. Sobre las existencias, los datos disponibles no son lo suficientemente recientes como para apoyar un caso de amenaza. La propia resolución preliminar en su párrafo 929 señala que el aumento en este punto es debido a la pérdida de mercados de exportación en vez de a las importaciones objeto de dumping.
- S. Se observa que la resolución preliminar en los puntos del 959 a 980 hace referencia a un gran número de otras causas de daño por lo que se considera que la evaluación de estos factores, según detalla la resolución, no es definitiva. Además de que cualquier otra causa de amenaza por las importaciones sería indiferente comparada con los efectos perjudiciales de estos otros factores.
- T. La Comisión discrepa con la manera en que las autoridades investigadoras mexicanas han determinado el margen de dumping utilizando "hechos disponibles", asimismo, considera que no hay daño ni amenaza de daño por lo que deben tomar en cuenta los argumentos presentados.

Productores nacionales

Porcelanite, Porcel, Lamosa Revestimientos y Vitromex.

106. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Porcelanite, Porcel, Lamosa Revestimientos y Vitromex argumentaron lo siguiente:

- A. Tanto los recubrimientos cerámicos nacionales como los españoles utilizan para su fabricación los mismos insumos y procesos productivos; ambas industrias fabrican recubrimientos cerámicos tipos gres y semigres; ambos tienen características y composición semejantes, y tienen absolutamente los mismos usos y funciones, lo que los hace ser comercialmente intercambiables.
- B. Se reitera que las piezas especiales y los porcelanatos no fueron ni pretendieron ser incluidos en la presente investigación, debido a que no se contó con información suficiente para demostrar, en el caso de piezas especiales, la existencia de la práctica de discriminación de precios, y en el caso de los porcelanatos, que el mercado de este tipo de recubrimientos es pequeño y de precio alto.
- C. Las piezas especiales generalmente se elaboran sobre un piso o muro ya fabricado y son formatos pequeños, en forma de listelos, cenefas, molduras, zoclos y trims, cuya característica distintiva es tener una serie de aplicaciones adicionales de colores (óxidos metálicos) que son cocidos a baja temperatura, formando figuras especiales que determinan la apariencia estética y decorativa de la pieza. La característica principal es que al menos dos de sus lados sean menores a 10 centímetros.
- D. La principal característica para clasificar los tipos de producto cerámicos, es el grado de absorción de agua que tiene cada uno de ellos, entendiéndose por absorción la capacidad en la loseta para aceptar y retener agua; otra característica es la resistencia mecánica, que se define como la resistencia que tiene la pieza a la flexión.

- E.** Un aspecto que se puede utilizar como referencia para distinguir a los porcelanatos es su precio, el cual por lo general es superior al de los recubrimientos tipo gres o semigres.
- F.** A los exportadores que no colaboraron en la investigación y no respondieron el formulario no debe dárseles una oportunidad de dar respuesta al formulario en esta segunda etapa, toda vez que las solicitantes no tendrían derecho a contraargumentar sus respuestas, además de que el periodo complementario tiene la finalidad de aclarar, complementar y corregir las deficiencias de la información suministrada en las respuestas al formulario.
- G.** El ajuste por concepto de picking propuesto por las exportadoras procede de un estudio efectuado en 1999 por una firma de consultoría con base en una muestra representativa de empresas del sector. Si la Secretaría constata durante las 3 visitas de verificación que dicho ajuste no corresponde a los registros contables de las empresas, entonces deberá descalificar el mismo para la totalidad de las exportadoras. Cabe señalar que en la industria nacional y en particular en las empresas solicitantes no se maneja este concepto.
- H.** Se sugiere que se imponga una cuota compensatoria en términos de un precio de referencia específico mínimo, para que así en caso de que el valor declarado en aduanas sea inferior, se proceda al cobro de la diferencia entre el valor declarado y el valor mínimo. Dicho mecanismo facilitaría la no aplicación de la cuota compensatoria a las piezas especiales y los porcelanatos.
- I.** El hecho de que la Secretaría vaya a profundizar sobre diferentes aspectos de la investigación y allegarse de mayores elementos de juicio no es una justificación para no imponer medidas provisionales, más si contó con elementos suficientes de la existencia de la práctica desleal de comercio internacional.
- J.** En diversos puntos de la resolución preliminar la Secretaría realiza el análisis de daño o amenaza de daño con relación a la producción nacional total en vez de realizarla sobre la parte principal de la producción nacional representada únicamente por las empresas solicitantes.
- K.** Conforme a los artículos 3.4 en relación con el 4.1 del Acuerdo Antidumping, si el examen de la repercusión de las importaciones sobre la rama de la producción nacional incluye una evaluación de los factores e índices económicos que influyen en el estado de la rama de producción, y que dicha rama debe abarcar al conjunto de los productores nacionales que constituyen una proporción importante de la producción total, entonces es inconcuso que mientras el examen de la repercusión de las importaciones se haga sobre una proporción importante de la producción total, se cumple con el imperativo legal de la demostración del daño sobre la producción nacional, aunque esto no sea la totalidad de la industria.
- L.** Interceramic pese a ser productor nacional no solicitante, ya no debe contabilizarse dentro de la rama de producción nacional y dicho término debe referirse al resto de la industria. El interés de dicha empresa ha cambiado de tal forma que ahora está más ligado con el interés de los importadores.
- M.** Se proporciona información sobre el comportamiento de los principales indicadores económicos y financieros para el primer semestre de 2002 para demostrar y acreditar las proyecciones y previsiones sobre los efectos negativos potenciales que causarían las importaciones investigadas en los principales indicadores económicos y financieros de la producción nacional presentados el 26 de marzo de 2002.
- N.** La importación total del Reino de España mantiene una tendencia creciente durante todo el periodo de 1999 a 2002, tanto en porcentajes de crecimiento como en términos absolutos, por lo que se actualiza el supuesto previsto en la fracción I de los artículos 41 y 42 de la LCE y 3.2 y 3.7 inciso i) del Acuerdo Antidumping.
- O.** Las importaciones efectuadas por Lamosa y Vitromex no son la causa del daño o amenaza de daño alegado, en este sentido, el total de las importaciones efectuadas por Lamosa corresponden a piezas especiales, mercancía que se encuentra fuera de la cobertura de producto investigado. En el caso de Vitromex, el total de sus importaciones fueron del Reino de España del producto investigado, sin embargo dichas importaciones fueron mínimas.
- P.** La sustitución de producto nacional por importado no debe ser analizada únicamente en función de la sustitución de sus principales clientes, sino también del crecimiento observado en las principales empresas importadoras que no son clientes de las solicitantes, toda vez que tales importaciones también desplazan a las solicitantes a nivel de consumidor final.

- Q.** Las importaciones originarias del Reino de España se efectuaron en su mayor parte a precios inferiores al producto nacional, con una tendencia a agravar tal fenómeno, lo que llevó consigo un incremento de las importaciones y a su vez una depresión significativa de los precios nacionales para compensar la competencia desleal, lo que se tradujo en una pérdida de la rentabilidad de la industria.
- R.** Los precios de las importaciones españolas efectuadas en condiciones de dumping mostraron tanto en el periodo investigado como en el analizado una tendencia significativa a la disminución frente a otros proveedores, lo que demuestra un comportamiento agresivo de precios de los exportadores españoles, reflejo y consecuencia de sus prácticas desleales de comercio internacional.
- S.** Tanto los recubrimientos cerámicos nacionales como los españoles se comercializan y compiten en los mismos mercados, sin dejar de desconocer que existen recubrimientos españoles (como de otros orígenes, por ejemplo italianos) que por sus características tienen alto precio, sin embargo, tales recubrimientos no son los que están causando daño a las solicitantes ya que representan una parte menor de la importación total y del mercado nacional.
- T.** De enero a junio de 2000 el margen de subvaluación de las importaciones originarias del Reino de España respecto al precio nacional se incrementó de modo importante conforme crecían significativamente las importaciones para después ajustarse ligeramente en el periodo investigado.
- U.** Para comprobar que los recubrimientos cerámicos españoles se exportan a los Estados Unidos Mexicanos a precios inferiores a los nacionales, se presentaron a la autoridad una muestra de 5 modelos importados con el mismo número de modelos nacionales comparables; en virtud de que se trata de un producto diferenciado y por la carencia de información disponible, no fue posible ofrecer una muestra más amplia.
- V.** Se reitera que en el periodo analizado la competencia desleal del producto investigado ocasionó un deterioro de los precios nacionales, tanto en términos absolutos como relativos, lo que provocó un descenso importante en sus márgenes de ganancia. Este fenómeno se agudizó en el lapso comparable posterior al investigado, enero a junio de 2002, en que los precios nacionales del conjunto de las 3 empresas solicitantes cayeron en promedio un significativo 9.8 por ciento respecto al periodo investigado, y en términos de dólares en 8.3 por ciento.
- W.** En los Estados Unidos Mexicanos, la rama de recubrimientos cerámicos es una industria dinámica y no madura, que sigue creciendo aún en las fases recesivas de la economía nacional, dada la magnitud de la demanda nacional insatisfecha.
- X.** La Secretaría debe desechar todos los argumentos de los importadores y exportadores relativos a los supuestos efectos de la actividad de la construcción sobre el comportamiento de los precios nacionales del producto similar.
- Y.** El comportamiento positivo que han mostrado algunos de los indicadores económicos de las solicitantes, principalmente las ventas en volumen al mercado interno, de ninguna manera puede llevar a la autoridad a concluir que no se acredita la amenaza de daño, toda vez que el daño se está dando en la rentabilidad de las empresas por el impacto en los precios de sus productos.
- Z.** El crecimiento de inventarios en el periodo investigado corresponde a las solicitantes, en el resto de los productores no solicitantes disminuye, y dicho crecimiento no está relacionado con la disminución de exportaciones sino a una menor participación en el mercado nacional, esto se confirma con el crecimiento observado en el primer semestre de 2002.
- AA.** El análisis del efecto financiero de las importaciones investigadas en la producción nacional debe referirse únicamente a la situación financiera de las solicitantes, toda vez que como se mencionó la empresa Dal Taile está enfocada fundamentalmente al mercado de exportación.
- BB.** En el periodo investigado, las importaciones españolas efectuadas a precios dumping ocasionaron una contención en los precios nacionales, dando como resultado una disminución de la rentabilidad esperada de las solicitantes y la privación de una ganancia lícita y normal, en términos de lo establecido en el artículo 39 de la LCE.
- CC.** En relación con el proyecto de inversión de Lamosa efectivamente hubo un error en el monto de la inversión, por lo que se proporciona la información corregida.

- DD.** La capacidad instalada no es un concepto fijo sino dinámico. Ninguna de las empresas españolas del ramo tienen instalaciones fabriles de la magnitud productiva de las empresas solicitantes, ya que en el Reino de España se trata de una rama que se caracteriza por la proliferación de cientos de empresas con capacidades de producción relativamente bajas.
- EE.** Suponiendo sin conceder que la industria española trabaje al 90 por ciento de su capacidad instalada, es un hecho que se comprueba con su propio dicho que año con año esa industria ha aumentado su capacidad instalada, porque sólo de esa manera el crecimiento año con año de su producción y ventas podría haber sido posible. Es decir, cada año la industria española incrementa su capacidad instalada, como lo demuestra el hecho de sus inversiones industriales anuales en la Comunidad Valenciana.
- FF.** La producción hispana de recubrimientos cerámicos no se ha mantenido constante sino todo lo contrario, se ha expandido a tasas importantes así como sus exportaciones a todo el mundo y en especial a los Estados Unidos Mexicanos.
- GG.** Si bien los Estados Unidos Mexicanos es uno de los 186 países a los que exporta la industria española, en 2001 ocupó el décimo lugar entre sus principales países-clientes, con la característica de que año con año avanza un lugar en la tabla de posiciones.
- HH.** Entre los 10 principales destinos de las exportaciones españolas, salvo el Reino de Arabia Saudita, de 1998 a 1999 los Estados Unidos Mexicanos son el destino que más ha crecido en cuanto al monto de las exportaciones.
- II.** Las oportunidades de negocios en los Estados Unidos Mexicanos para la industria española son mayores en comparación con el mercado doméstico en razón del potencial del mercado mexicano, derivado de una demanda insatisfecha que se manifiesta por el bajo consumo per cápita, 1.28 metros cuadrados por habitante.
- JJ.** Si no hubiera capacidad libremente disponible para incrementar sus exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos, no se explicaría el establecimiento en nuestro país de empresas importadoras filiales de exportadores, lo que confirma el interés y decisión de la industria española de incrementar su participación en el mercado mexicano.
- KK.** A pesar de que las empresas solicitantes están logrando mantener una situación financiera estable y adecuada para asegurar la operación de sus plantas, además de mantener los costos de producción mediante una mayor eficiencia operativa, no están pudiendo incrementar sus ingresos por ventas debido a la competencia desleal de las importaciones investigadas, que están ocasionando una baja importante en los precios de venta de las solicitantes para poder competir con tales importaciones.
- LL.** La baja en los ingresos de las solicitantes no les permite absorber los incrementos en el costo de venta y en los gastos de operación, a pesar de los esfuerzos por incrementar la productividad en sus procesos y mantener los costos al mínimo crecimiento. La pérdida importante de rentabilidad observada en el primer semestre de 2002 está poniendo en serios problemas a las solicitantes, por lo que de no establecerse cuotas compensatorias se causará un daño mayor en el corto plazo como está sucediendo.

107. Para acreditar lo anterior, Porcelanite, Porcel, Lamosa Revestimientos y Vitromex presentaron:

- A.** Gráfica sobre la importación de recubrimientos cerámicos de 1999 a 2002.
- B.** Relación de importaciones efectuadas por Lamosa y Vitromex de 1999 a 2001.
- C.** Indicadores económicos de la industria nacional de 1999 a 2002.
- D.** Indicadores de las empresas solicitantes por valor y volumen de enero a junio de 2002.
- E.** Operaciones de venta de Dal Tile, Comercializadora de Productos Cerámicos, Interceramic y Santa Julia de Puebla de 2001 y 2002.
- F.** Análisis de precios de importación por deciles de 1999 a 2002.
- G.** Informe intitulado "Los sectores español y mundial de fabricantes de baldosas cerámicos 2001", elaborado por la ASCER de octubre de 2002.
- H.** Estado de resultados agregados de las solicitantes al 31 de diciembre de 2000 y 2001.

- I. Indicadores financieros de las solicitantes de 1999 a 2002.
- J. Estado de costos, ventas y utilidades del producto nacional en 2001 y 2002.
- K. Flujo neto de efectivo del proyecto de inversión en la planta de San Luis Potosí de Lamosa.
- L. Estados financieros al 31 de diciembre de 2001 y 2002 y dictamen de los auditores independientes de Lamosa.

Interceramic

108. Mediante escrito del 19 de mayo de 2003, Interceramic argumentó lo siguiente:

- A. Las importaciones de recubrimientos cerámicos son complementarias del mercado de productos nacionales y por lo tanto no han causado ni amenazan causar daño a Interceramic o a los demás productores nacionales.
- B. Las importaciones siempre han ocupado un lugar importante como productos complementarios del mercado mexicano y fue la crisis económica a raíz de la devaluación del peso en 1994 lo que les restó dicho papel, el cual apenas comienzan a recuperar en fechas recientes, sin que se espere que dicha recuperación llegue a montos relevantes en el futuro previsible.
- C. Los estratos a los que va dirigido el producto investigado son diversos, dependiendo del tipo de producto y las características que los consumidores deseen utilizar.
- D. En promedio, los precios de los productos importados son más altos que los precios de los productos nacionales (sin incluir Interceramic). En el 2001, el precio promedio de los productos importados del Reino de España fue de \$6.84 dólares sobre metro cuadrado, comparado con \$5.59 dólares sobre metro cuadrado de los productos nacionales sin incluir a Interceramic.
- E. El mercado nacional de recubrimientos ha presentado un crecimiento significativo en los últimos años, lo que hace suponer que seguirá creciendo de manera acelerada; sin embargo, las empresas solicitantes han agregado capacidad instalada en exceso al mercado de esos productos, creando presión en los precios, lo que ha ocasionado una disminución en los márgenes de utilidad.

Requerimientos de información

109. Los días 10, 14, 16, 23 y 29 de abril y 8 de mayo de 2003, respectivamente, la Secretaría requirió a Roig Cerámica, Porcelanite y Porcel, Cerpa, Cerámica Saloni y Rocersa México, diversa información contable y financiera para la realización de las visitas de verificación. Dichas empresas dieron respuesta oportunamente a los requerimientos de información.

110. Durante el mes de mayo de 2003, la Secretaría requirió información relacionada con las operaciones de importación de recubrimientos cerámicos a diversos agentes aduanales, quienes contestaron oportunamente a dicho requerimiento.

111. El 23 de junio de 2003, la Secretaría formuló un requerimiento de información a las empresas solicitantes, a la AMPREC y a DalTile, el cual vencía el 3 de julio de 2003. Dal Tile no dio respuesta a dicho requerimiento. Por su parte, las solicitantes y AMPREC solicitaron una prórroga la que vencía el 10 de julio, sin embargo sus respuestas se presentaron después de las 14:00 horas de ese día, por lo que las mismas se tuvieron por presentadas el 11 de julio de 2003.

112. Asimismo, el 23 de junio de 2003 la Secretaría requirió a las empresas importadoras y exportadoras comparecientes, información relacionada con los productos denominados piezas especiales y porcelanatos o porcelánicos, otorgándoles un plazo que venció el 3 de julio de 2003.

113. El 27 de junio de 2003, la Secretaría otorgó a la ASCER y a las empresas importadoras y exportadoras comparecientes, una prórroga de 5 días hábiles para dar respuesta al requerimiento mencionado, la cual venció el 10 de julio de 2003.

114. En respuesta a los requerimientos de información formulados por esta Secretaría señalados en el punto 112 de esta resolución, con fundamento en los artículos 55 y 93 fracción IV de la LCE y 16 fracción VI del Reglamento Interior de la propia dependencia, el 3 y 10 de julio de 2003, comparecieron las empresas que a continuación se relacionan.

115. Jamam, Baldor, Comercializadora de Cerámica, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Porcelanato, Recubre, Rocersa México, Sanimex y Roig Cerámica, manifestaron lo siguiente:

- A. Los porcelánicos se identifican plenamente estableciendo que son recubrimientos cerámicos con un grado de absorción de agua menor a 0.5 por ciento.
- B. La identificación técnica de un producto no debiera mezclarse con la fijación de niveles de precios, como indebidamente sugieren los solicitantes.
- C. Para diferenciar a las piezas especiales se hace referencia a la forma de la superficie lateral del producto, en dos dimensiones. Las más comunes que difícilmente podrían obtenerse a partir del corte manual de una loseta son:
 - a. Formas rectangulares o cuadradas en medidas que se concentran en un rango de 0 a 14.9 centímetros de altura.
 - b. Formas triangulares o polígonos irregulares independientemente de sus dimensiones.
 - c. Formas geométricas con lados curvos.
- D. No todas las empresas tuvieron a su alcance registros de sus importaciones asentados a un nivel de detalle que expresara dimensiones y precios de cada una de las piezas especiales importadas. Sin embargo, dos de ellas, que por sus volúmenes importados fueron suficientemente representativos, sí remiten su información con ese nivel de detalle.
- E. En el catálogo de cada una de las empresas se especifican las medidas en centímetros para cada una de las formas geométricas.
- F. Se presenta el documento "Historia de las piezas especiales importadas y su evolución en México", en donde a partir de la experiencia recogida por diversos importadores desde la década de los 70's, se expone la problemática que han enfrentado los productores nacionales con respecto a este tipo de piezas.
- G. Existen algunas variantes de piezas especiales:
 - a. Decorativas para pisos, que sirven para mejorar el diseño del producto desde el punto de vista estético, para las cuales existen dos procesos de producción que siempre se efectúan sobre los mismos y que son:
 - i. Proceso de moldeo o decoración prensada, después de cortada, que se refiere al proceso en el que la pieza decorada no lleva ningún otro esmalte o decoración a mano, sin la realización de doble o triple quema. Ningún fabricante mexicano contaba con este proceso en el periodo investigado. Las piezas que resultan de este proceso son: tacos, esquinas, cenefas, cenefas sin fin o s/f, formelas o decorados, rosetón, triángulo, losanga, cenefas sobre mallas, equinas sobre mallas y tacos sobre mallas.
 - ii. Proceso de decorado manual o mecánico sobre una pieza previamente cortada, que se refiere al proceso de piezas decoradas para pisos que en su mayoría se decoran sobre pisos cortados en muchas figuras, son pintados a mano con procesos de serigrafía, calcomanía y quemados de nuevo en segundo, tercero o cuarto fuego, en hornos de todo tipo.
 - b. Piezas especiales o complementarias para piso, que son producidas en el uso de moldes costosos y especiales. Actualmente ninguna fábrica mexicana excepto Dal Tile (únicamente del tipo zoclo o rodapié) las produce. Estos productos son: zoclo o rodapié, escalones o huellas, peldaño para escalón, modular y zanquín.
 - c. Piezas decoradas para muro y revestimiento de pared, a las que se les conoce también como piezas complementarias. Son fabricadas en base porosa o cotoforte, en pasta plástica, partes de mármol y ahora en vidrio templado en varios grosores y tamaños. Son elaborados en talleres de Tercer Fuego, con decoración manual, serigráfica, con esmaltes en base de minerales y vidrios, y son: cenefas, listelos, molduras, media caña, cenefas tipo flecha, torello, inserto o decorado, cordón o trenza, ventanas, cenefas integradas, ángulo exterior, ángulo interior y tacos o equinas.
- H. Al mencionar que los tacos son piezas cuadradas con la forma lateral de dado, se hace referencia a la forma lateral de esta pieza, que al ser cuadrada semeja la vista frontal de un dado, y las

diferencias con las losetas que pudieran ser también cuadradas es su dimensión, ya que los tacos tienen una forma lateral cuadrada cuyos lados son menores o igual a 14.9 centímetros.

- I. Los torellos son piezas con un corte transversal que tiene una forma convexa, es decir, una forma de letra “u” invertida en su parte central, por lo que son piezas con un relieve pronunciado que al ser colocados a nivel (plomo) con cualquier acabado cerámico ya sea para piso o muro, presentan una saliente que se distingue de las demás piezas dando un acabado especial.
- J. Moldura, se define como la parte saliente y corrida que sirve para adornar obras de arquitectura y de carpintería. Asimismo puede ser definido como parte saliente de perfil uniforme que sirve para adornar o reforzar obras de arquitectura, carpintería y otras artes.
- K. Al comparar el promedio de precios de producto importado, éste resulta ser superior al promedio de precios del producto nacional; de hecho así lo corroboró la Secretaría en contraposición a lo manifestado por las solicitantes. La comparación de precios debe realizarse en forma estadísticamente válida, por lo que se han comparado los precios de los productos nacionales e importados por sus respectivos rangos (inferior, medio superior), definiendo estos rangos mediante criterios estadísticos.
- L. Las especificaciones técnicas a que hacen referencia las empresas son: formato, proceso de cocción, espesor, absorción al agua, resistencia a la abrasión, resistencia al ataque químico, dureza al rayado, resistencia a la flexión y tipo de decorado. Estas características en el producto importado hacen que los productos nacional e importado se dirijan preponderantemente a segmentos de mercado diferentes o, en su defecto, que al atender a un mismo segmento, exista una mayor competitividad del producto importado frente al nacional. Como ya se ha demostrado, los productores nacionales no alcanzan en todos sus rangos las especificaciones señaladas.
- M. La industria nacional no cuenta con la infraestructura necesaria para crear sus propios diseños ni ha invertido para contar con una industria competitiva en este rubro, por lo que, ante esta limitación, se ha visto en la necesidad de copiar modas y diseños de los productos españoles e italianos que tienen una mayor demanda en el mercado mexicano.
- N. La comparación de precios se hace bajo el mismo criterio de la autoridad, esto es, en bodega del importador, sin embargo, hasta ahora la autoridad únicamente ha considerado los gastos aduanales de internación, así como el flete de internación de la frontera a la bodega del importador, con lo que ha subestimado el diferencial de precios, debido a que muchos de los precios que se manifiestan en la aduana son precios de facturación a nivel *ex-works*, por lo que en esos casos debe necesariamente añadirse el flete de la planta del exportador al puerto de salida español, así como el flete marítimo del Reino de España a los Estados Unidos Mexicanos, lo que evidentemente llevará los precios al alza. Asimismo, la autoridad debe considerar el nivel de precios al que se comercializa el producto al público consumidor.
- O. Las solicitantes no proporcionaron información que permita ver el grado de dispersión de precios, por lo que la autoridad debería haber requerido dicha información a las solicitantes. De otra manera, la autoridad desagrega indebidamente los rangos de precios de las importaciones para compararlos con un promedio que no está debidamente desagregado.
- P. Las empresas han acreditado la existencia de variables económicas que necesariamente afectan al proceso de incremento de las importaciones. Corresponde a las solicitantes demostrar que estas variables en realidad no explican dicho incremento o si lo explican, entonces separar los efectos netos.
- Q. Se presentan diversas propuestas metodológicas *ad cautelam*, para distinguir las piezas especiales, las cuales, ante la ausencia de propuestas metodológicas alternas, se debieran considerar como la mejor información disponible, y son: valorar particularmente los efectos en precios derivados de la supuesta práctica de dumping; comparar los efectos en precios promedio derivados de los siguientes factores: el dumping, los deslizamientos cambiarios del euro y la desgravación; se propone calcular la elasticidad arco precio de la demanda y de acuerdo con ésta estimar los efectos de cada uno de los factores identificados; y se propone identificar el crecimiento de las importaciones de los exportadores que no reportan márgenes de dumping positivos y compararlos con los que sí tienen márgenes.
- R. Respecto al precio de referencia propuesto por las solicitantes, debajo de ese precio también hay piezas especiales, y al mismo tiempo, algunos precios de recubrimientos que no son piezas

especiales pueden superar los \$7 dólares por metro cuadrado. Al respecto, debe considerarse que los precios no son estáticos y nada impide que debido a los choques exógenos de la oferta y la demanda o bien, debido a modificaciones tecnológicas que cambien a la baja los costos de fabricar piezas especiales, este referente se reduzca aún más. Asimismo, no es un referente en absoluto válido para los porcelánicos, los cuales tienen una gran variedad de precios que no se ajustan al umbral propuesto por las solicitantes.

- S. El precio umbral propuesto por las solicitantes es el mismo nivel que éstas han usado para imponer un precio mínimo de referencia para efectos fiscales en aduanas, con lo cual se prueba lo arbitrario de las referencias usadas por las solicitantes, toda vez que se trata de un referente aplicable tanto a piezas especiales como a pisos, muros y productos porcelánicos, y se quiere hacer pasar solamente como referente de los primeros.
- T. Las piezas especiales tienen una altura menor o igual a 14.9 centímetros; de dicha altura en adelante se va reduciendo exponencialmente la probabilidad de que se trate de una pieza especial. Pueden poseer formas geométricas diferentes a un paralelogramo, esto es, triangulares, de formas poligonales irregulares o con aristas laterales no planas; asimismo, pueden poseer relieves o moldurales que hacen que sus cortes transversales no sean planos.
- U. Se propone el siguiente criterio de exclusión:
 - a. Los recubrimientos cerámicos cuya altura esté comprendida entre los 0 y 14.9 centímetros corresponden a piezas especiales.
 - b. Los recubrimientos con un rango de altura mayor a 14.9 centímetros son piezas especiales si se comercializan por piezas y se denominan comercialmente como tales; se usan como un producto accesorio y de complemento a las losetas o baldosas para piso o muro; si sus formas geométricas son triangulares, o de polígonos irregulares, o tienen aristas laterales no planas y/o poseen decorados especiales, relieves o molduras al considerar alguno de sus cortes transversales y/o tienen insertada otra pieza en su parte frontal.
- V. La única manera de estimar válidamente las importaciones de porcelánicos en el periodo investigado y en los dos periodos previos comparables, es mediante la identificación puntual de las facturas anexas a los pedimentos, que la autoridad podrá requerir a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. En su defecto, la autoridad podrá hacer una extrapolación de los resultados de análisis de una muestra estadísticamente válida, considerando niveles adecuados de confiabilidad y de grado de error en las estimaciones.
- W. En cuanto a las piezas especiales, resulta materialmente imposible para las empresas separar la información por tipo de pieza, sin embargo, se presenta una metodología razonable para efecto de que la Secretaría esté en posibilidad de distinguir a las piezas especiales de los porcelanatos y del resto de los recubrimientos cerámicos.
- X. Jamam y Comercializadora de Cerámica no realizaron importaciones de productos porcelánicos en los periodos referidos por la autoridad, por lo que no se proporcionan las bases de datos.

116. Para acreditar lo anterior, Jamam, Baldor, Comercializadora de Cerámica, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Porcelanato, Recubre, Rocersa México, Sanimex y Roig Cerámica presentaron:

- A. Información técnica sobre el granito cerámico mirage, obtenido de la página de internet www.mirage.it.
- B. Características técnicas de los pavimentos y revestimientos cerámicos.
- C. Copia de catálogos de producto.
- D. Dimensiones correspondientes a piezas especiales.
- E. Documento intitulado "Historia de las piezas especiales importadas y su evolución en México".
- F. Relación de dimensiones de producto importado por Rocersa México y Sanimex.
- G. Metodología utilizada para la comparación de precios.
- H. Listado de precios de compra de Sanimex y Rocersa a nivel ex-works y FOB frontera.
- I. Documento intitulado "Economía Contemporánea: Un Enfoque para México y América Latina".
- J. Documento intitulado "Comportamiento de la oferta y la demanda en el mercado internacional", publicado por Managerial Economics, con su traducción al español.

- K. Documento intitulado "Un nuevo sitio para economistas", obtenido de la página de internet de RGS Newcastle Economics, con su traducción parcial al español.
- L. Copia parcial de la publicación "El Comercio Internacional y los Tipos de Cambio".
- M. Documento intitulado "Evolución del comercio en México a partir de la entrada del Modelo Neoliberal, hasta la firma del TLC con la Unión Europea".
- N. Impacto de la desgravación arancelaria y de los movimientos cambiarios.
- O. Tipo de cambio de enero de 2000 a julio de 2003, obtenido de la página de internet //blacktusk.commerce.ubc.ca/.
- P. Relación de importaciones de muros y pavimentos por importador-exportador.
- Q. Comparación de exportaciones de acuerdo con la muestra de importadores.
- R. Relación de importaciones de recubrimientos cerámicos, productos especiales y porcelanatos de enero de 1999 a junio de 2001.
- S. Copia de pedimentos de importación y facturas de enero de 1999 a junio de 2001.

117. La ASCER y las exportadoras Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámico y; Venus Dos manifestaron lo siguiente:

- A. Se presenta un cuadro resumen donde se declara por parte de cada empresa si exportaron o no piezas especiales/complementarias y gres porcelánico esmaltado a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo del primer semestre de 1999 al primer semestre de 2001.
- B. En la respuesta de los exportadores a los requerimientos de información del 27 de septiembre de 2002, cada uno de ellos proporcionó toda la información pertinente y objetiva respecto a la clasificación técnica de todos y cada uno de los productos exportados a los Estados Unidos Mexicanos. Adicionalmente, como referencia para la Secretaría, en el escrito de argumentos y pruebas sobre la resolución preliminar se aportaron por parte de los exportadores los ejemplares originales de la norma ISO 13006 y el libro denominado "Baldosas cerámicas para revestimientos de suelos y paredes" de AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación), que contiene la norma UNE-EN-ISO aplicables a las baldosas cerámicas.
- C. La información presentada en octubre de 2002 por las empresas exportadoras permite a la Secretaría diferenciar técnicamente las diferentes tipologías de productos.
- D. El azulejo para muro o paredes se identifica como un producto con un porcentaje de absorción de agua superior al 10 por ciento; el pavimento gres se identifica con un porcentaje de absorción de agua baja, 0.5 por ciento o agua media baja, 3 por ciento; el gres porcelánico esmaltado se identifica con un porcentaje de absorción de agua muy baja; las denominaciones semigrés y cotoforte no son habituales en la industria española, pero según se ha deducido parecen corresponder a baldosas cerámicas de absorción de agua de entre 3 y 20 por ciento, englobándose por tanto en las definiciones habituales del azulejo para paredes y el pavimento de gres, con distintos grados de absorción.
- E. El gres porcelánico es perfectamente diferenciable del resto de los productos al identificarse como un producto de absorción de agua igual o inferior a 0.5 por ciento.
- F. Las características técnicas de las piezas especiales y complementarias fueron también definidas en el informe presentado en octubre de 2002 como respuesta a un requerimiento de información, denominado "Informe sobre características técnicas y composición de productos o piezas especiales, tales como cenefas, listelos, productos rectificadas, zoclos y molduras, esmaltados". Adicionalmente, todas las empresas exportadoras diferenciaron claramente en los requerimientos de octubre de 2002 cada una de sus piezas especiales agrupándolas por criterios técnicos en sus correspondientes grupos ISO, tamaños, función, denominación comercial, etc.

- G.** Las piezas especiales no tienen la finalidad o capacidad de recubrir grandes superficies, sino que se combinan con las piezas cerámicas “básicas” con finalidad funcional, es decir, para rematar o cubrir espacios entre superficies que forman ángulos entrantes o salientes, esquinas, cantos, etc. Las piezas complementarias tampoco tienen la finalidad de recubrir grandes superficies, también se combinan con las piezas cerámicas “básicas”, pero en este caso con una finalidad especialmente decorativa.
- H.** Hay piezas especiales y complementarias de todos los tamaños y formas, pero una parte importante de ellas, las que no son planas o que no tienen formas cuadradas o rectangulares se pueden clasificar inmediatamente como piezas especiales o complementarias. Se comercializan por unidades (piezas) y por metros lineales; hay casos en los que se utiliza un sistema doble (unidades y metros cuadrados) en la facturación, pero la unidad comercial principal de venta es la pieza unitaria. Son habitualmente de medidas pequeñas y formas rectangulares muy oblongas. A simple vista se reconoce su función la cual es complementar, rematar y adornar superficies. Las piezas especiales y complementarias se expiden en cajas cerradas de tamaño distinto a las de las piezas básicas, y vienen identificadas por sus distintos nombres.
- I.** La descripción arancelaria de las fracciones en el Reino de España equivalen a la fracción objeto de investigación presentada en escritos anteriores aparece reflejada en el DOCE (Diario Oficial de la Comunidad Europea) nº L 290 del 28 de octubre de 2002 donde se publicó el Reglamento (CE) nº 1832/2002 de la Comisión del 1 de agosto de 2002, por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) nº 2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común.
- J.** La aduana española no proporciona estadísticas diferenciadas por empresas exportadoras o sus clientes exteriores en virtud de la Ley de Protección de Datos, por lo que resulta imposible obtener la información solicitada desagregada para cada empresa, sin embargo, se presentan las estadísticas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos solicitadas para cada una de las fracciones arancelarias especificadas de modo mensual entre enero de 1999 y diciembre 2002.
- K.** El informe de la ASCER sobre “El sector español de fabricantes de baldosas cerámicas” correspondiente a 2002 no puede ser proporcionado toda vez que no existe, al ser habitualmente finalizado en octubre/noviembre del año posterior al año objeto de informe.
- L.** Las empresas exportadoras no están de acuerdo con la propuesta de las solicitantes de establecer un precio de referencia. La metodología de precio no es una propuesta seria para distinguir piezas especiales y gres porcelánico del resto, puesto que no hay reglas universales para fijar los precios de estos productos ni los de los azulejos para muro y pavimentos de gres. Hay una gran variedad de precios dentro de cada categoría de producto debido a los múltiples diseños y propiedades de los recubrimientos cerámicos que se pueden dar.
- M.** Existen más que suficientes elementos técnicos, funcionales, comerciales y visuales que permiten distinguir fehacientemente entre los recubrimientos que se investigan de los que se deben excluir de la investigación. En cuanto a metodología corresponde a la Secretaría aplicar los elementos técnicos identificativos que se han presentado para establecer aquella que resulte más práctica.
- N.** Como precedente, para nuestros mismos productos, la Secretaría podrá comprobar que existe una normativa aplicada a las importaciones mexicanas de recubrimientos cerámicos por la fracción 6908.90.01, que establece precios de referencia diferenciados para azulejos para muro y pavimentos para piso, a pesar de que obviamente se importan bajo la misma fracción mencionada.
- O.** Dejando al margen el mecanismo de los precios de referencia, la distancia (en cuanto a características técnicas y funciones) que separa a las piezas complementarias/especiales y el porcelánico, del resto de los productos que se investigan, es incluso mayor a la distancia que separa a los recubrimientos cerámicos para piso de los de muro, por lo que creemos que existen elementos sobrados para la identificación y separación práctica de los productos a excluir de la presente investigación.
- P.** Se presentan correcciones al anexo A.3 del formulario en virtud de existir discrepancias o mejor información detectada por las empresa Hijos de Cipriano Castello, Colorker, Azulejos Cabrera, Azulejos Plaza y Lucena Cerámicas.

118. Para acreditar lo anterior, la ASCER y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica y Venus Dos presentaron:

- A. Copia del Diario Oficial de la Comunidad Europea del 28 de octubre de 2002, páginas 444 y 445.
- B. Relación de países de destino de las exportaciones españolas de recubrimientos cerámicos en 2000 y 2001, elaborado por la Oficina Comercial de la Embajada del Reino de España en los Estados Unidos Mexicanos.
- C. Resumen mensual de exportaciones españolas a los Estados Unidos Mexicanos de 1998 a 2002, elaborado por la Oficina Comercial de la Embajada del Reino de España en los Estados Unidos Mexicanos.
- D. La reclasificación de la información presentada por Azulejera Técnica, Supercerámica, Cerámica Saloni, Gresitec, Azulev y Cerámicas Azahar, el 19 y 23 de mayo de 2003, como información pública.
- E. Copia de catálogo de productos de Cerámicas Azahar.
- F. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- G. Indicación de cómo se pueden identificar en las facturas de venta los porcelánicos y los productos diferentes a gres, semigres y cotoforte.
- H. Descripción de códigos de producto correspondientes a piezas especiales de Cerámica Saloni.

119. Azteca Gres; Azu Vi; Azulejera Técnica; Azulejos Vives; Cerámica Vives; Cristal Cerámicas; Hispania Cerámica; Metropol Cerámica; Pamesa Cerámica y Vives Azulejos y Gres manifestaron lo siguiente:

- A. Se remite a la autoridad la respuesta al requerimiento de información presentado por las empresas exportadoras y la ASCER.
- B. Durante el primer semestre de 2001 sólo Azu Vi y Cerámica Vives exportaron porcelánicos a los Estados Unidos Mexicanos. En dicho periodo todas las empresas exportaron piezas especiales con excepción de Cerámica Vives y Azulejos Vives.
- C. Cristal Cerámicas e Hispania Cerámica presentan nuevamente el anexo A.3 del formulario oficial por existir pequeñas discrepancias que no afectan el resto de las bases de datos de los formularios oficiales.

120. Para acreditar lo anterior, dichas exportadoras presentaron:

- A. Indicación de cómo se pueden identificar en las facturas de venta los porcelánicos y los productos tipo gres, semigres y cotoforte.
- B. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.

121. Por su parte Cerfomex remitió a la autoridad a la respuesta al requerimiento de información presentado por las empresas exportadoras y la ASCER y presentó lo siguiente:

- A. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- B. Listado de códigos de producto correspondientes a piezas especiales y porcelánicos.
- C. Copia de pedimentos de importación y facturas de enero a junio de 1999 y 2000.

122. Keraben y GNK manifestaron lo siguiente:

- A. Se remite a las afirmaciones ya expresadas en el procedimiento por las que se considera que los productos exportados por Keraben e importados por GNK no deben ser objeto de investigación por no ser comercialmente intercambiables con los producidos por la industria nacional mexicana. No obstante se debe señalar que tal como se indicó anteriormente, la totalidad de las exportaciones de producto efectuadas por Keraben en el periodo analizado fueron realizadas por la fracción 6908.90.01.

- B. Se remite a la contestación del requerimiento presentado por la ASCER y diversas empresas exportadoras.
- C. Los productos exportados por Keraben en el mercado mexicano no deben ser incluidos en la investigación antidumping, por ser productos no comercialmente intercambiables con los productos nacionales, debido entre otros a sus altas especificaciones, elevado reconocimiento comercial y al hecho de que presentan unos precios de venta en el mercado mexicano muy superiores a los de los productos elaborados por la industria nacional mexicana.
- D. Se desconoce la motivación que lleva a afirmar a las solicitantes que el precio "límite" a partir del cual se encuentran los productos que no dañan la producción nacional es de \$7 dólares por metro cuadrado.
- E. El considerar el dato de las ventas del importador relacionado GNK a sus clientes hasta el 30 de septiembre de 2001 es debido a que por causa de las rotaciones de inventarios, consideramos que todas las compras realizadas a Keraben por GNK en el periodo investigado han sido vendidas a los clientes de ésta durante los meses de enero a diciembre de 2001.
- F. Aun considerando que es el precio al que son vendidos los productos de Keraben en el mercado mexicano al tercero no relacionado, el que debe tomarse en cuenta como factor fundamental a la hora de excluir los productos de la cobertura de producto investigado, también en el caso de que se pretendiera tomar como factor determinante en este sentido el precio al que ingresan dichos productos a los Estados Unidos Mexicanos, encontraríamos nuevamente que la inmensa mayoría de los productos exportados por Keraben ingresan a los Estados Unidos Mexicanos a precios superiores a los \$7 dólares indicados por las solicitantes.
- G. Tan sólo 3 productos presentan precios que si bien es cierto que se encuentran muy próximos a los \$7 dólares por metro cuadrado que indican las solicitantes, tienen un precio medio inferior a dicho precio. El resto de los productos presentan unos precios en aduana muy superiores a los que las solicitantes consideran.
- H. Es importante considerar como factores para determinar la cobertura del producto las características del diseño, excelencia, investigación, valor añadido, reconocimiento comercial y demás factores que debidamente fundamentados se expusieron en la documentación presentada anteriormente.
- I. Para poder identificar en las facturas de venta cada uno de los tipos de producto debemos tomar de dicha factura la descripción o denominación del producto y el formato del mismo.

123. Para acreditar lo anterior, Keraben presentó:

- A. Ventas de recubrimientos cerámicos en metros cuadrados y dólares de 1999 a 2002.
- B. Listado de precio medio de los productos vendidos por GNK México de enero a septiembre de 2001.
- C. Listado de precios de recubrimientos cerámicos puestos en la frontera de los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- D. Relación de ventas de recubrimientos cerámicos separado por tipo de producto de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- E. Listado de códigos de producto correspondientes a piezas especiales.
- F. Indicación de cómo se pueden identificar en las facturas de venta los porcelánicos y los productos diferentes a gres, semigres y cotoforte.

124. Por su parte GNK presentó lo siguiente:

- A. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- B. Copia de pedimentos de importación y facturas de enero a junio de 1999 y 2001.

125. Metropol Cerámica manifestó lo siguiente:

- A. Se remite a la autoridad a la respuesta al requerimiento de información presentado por las empresas exportadoras y la ASCER.
- B. De enero de 1999 a junio de 2001 realizó exportaciones de piezas especiales.
- C. Para identificar en las facturas de venta cada uno de los tipos de producto se debe primero tomar de dicha factura la descripción o denominación del producto y el formato del mismo.

126. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Listado de códigos de producto correspondientes a piezas especiales, pavimentos y revestimientos.
- B. Indicación de cómo se pueden identificar en las facturas de venta las piezas especiales y los porcelánicos o porcelanatos.
- C. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.

127. Artexa manifestó lo siguiente:

- A. Superficies Decorativas, S.A. de C.V. cambió su denominación a Artexa México, S.A. de C.V.
- B. Artexa no ha importado piezas especiales en el pasado; asimismo importó producto no esmaltado a través de la fracción investigada hasta mayo de 2002.
- C. Se remite a la respuesta al requerimiento de información presentado por las empresas exportadoras y la ASCER.
- D. Para mayor facilidad de la Secretaría en la identificación del tipo de producto correspondiente a los productos importados por las empresas se presentan los códigos de producto y/o las descripciones de los productos que corresponden a pisos y muros (bases y piezas especiales).
- E. Considerando que la empresa no estaba operando en 1999 sólo se presenta información para 2000 y 2001.

128. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 2000 y 2001.
- B. Listado de códigos de producto correspondientes a piso y muro y porcelanatos o porcelánicos.

129. Ballesmar de México manifestó lo siguiente:

- A. Nunca ha importado porcelánicos o porcelanatos.
- B. Se remite a la autoridad a la respuesta presentada por las exportadoras y la ASCER al requerimiento de información.
- C. Para mayor facilidad de la Secretaría en la identificación del tipo de producto correspondiente a los productos importados por las empresas se presentan los códigos de producto y/o las descripciones de los productos que corresponden a pisos y muros (bases y piezas especiales).
- D. Para la identificación del producto en todas las facturas de importación que se han presentado, la Secretaría podrá utilizar la descripción del producto conforme al anexo específico que se presenta.
- E. A pesar de los esfuerzos por parte de Ballesmar de México en obtener información documental correspondiente a los pedimentos de importación, debido a los problemas internos de contabilidad, es imposible reunir todos los pedimentos de importación solicitados, por lo que se presentan los que han podido obtenerse.

130. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 2000.
- B. Listado de códigos de producto correspondientes a piezas especiales y pavimentos y revestimientos.
- C. Copia de pedimentos de importación de 2000.

131. Peronda México manifestó que nunca ha importado porcelánico o porcelanato y remite a la autoridad a la respuesta al requerimiento de información de las empresas exportadoras y la ASCER. Presentó diversos pedimentos de importación y facturas de 1999 y 2000.

132. Porcelanosa manifestó lo siguiente:

- A. Porcelanosa nunca ha importado porcelánicos o porcelanatos.
- B. Remite a la autoridad a la respuesta presentada por las exportadoras y la ASCER al requerimiento de información.
- C. Para mayor facilidad de la Secretaría en la identificación del tipo de producto correspondiente a los productos importados por las empresas se acompañan anexos en donde se especifican los códigos

de producto y/o las descripciones de los productos que corresponden a pisos y muros (bases, piezas especiales y porcelánicos o porcelanatos).

- D. En virtud de que Porcelanosa no estaba operando en 1999, se anexa información sólo de 2000 y 2001.

133. Para acreditar lo anterior, Porcelanosa presentó copias de facturas y pedimentos de importación de recubrimientos cerámicos de 2000.

134. Tau México, manifestó lo siguiente:

- A. La empresa no importó en ningún año ni porcelánicos ni porcelanatos por la fracción mencionada.
- B. La Secretaría en otras investigaciones antidumping ha realizado su análisis sin sumar la información de las empresas solicitantes, ya que es más conveniente realizarlo empresa por empresa y no en forma agregada, a fin de obtener un mejor diagnóstico, estudiando las diversas estrategias de las empresas.
- C. Al ser las solicitantes empresas que no son independientes, sino que pertenecen a Grupos Industriales disímboles entre ellos, quienes dictan las estrategias aplicables para cada subsidiaria, sus políticas o estrategias son establecidas por las holdings de Lamosa, Grupo Industrial Saltillo y Grupo Carso, situación que hace difícil una adecuada interpretación de la suma de sus estados financieros, sin considerar los factores individuales que originan muchos de los cambios en sus estados financieros.
- D. En el expediente administrativo no existía, a la fecha de preparación del documento, información detallada que permitiera analizar el comportamiento de las empresas que integraban el Grupo Porcelanite y subsidiarias, además de que su estructura se modificó varias veces a lo largo del periodo 1999-2001, por lo que no existe información financiera de Porcelanite en donde se explique o se reexpresé cómo quedaría la información financiera antes y después de cada una de estas modificaciones, esto para poder establecer las debidas comparaciones.
- E. Al no existir una información completa de Porcel y Porcelanite es lo que da lugar a lo manifestado en el sentido de que el análisis cuantitativo de Porcelanite, no se puede llevar a cabo ya que se estarían comparando empresas diferentes. Lo anterior en virtud de que a lo largo de la investigación se ha mezclado información incompleta de Porcel y Porcelanite y de ahí se ha querido extraer conclusiones, las cuales no tienen un fundamento sólido.
- F. En el acta circunstanciada de visita de verificación se asienta que los representantes de Porcelanite manifestaron la serie de cambios que se dieron en la empresa a nivel estructura, antes, durante y después del periodo de investigación. La autoridad está consciente de estas modificaciones, sin embargo para fines contables no se requirió a Porcelanite o Porcel que presentaran información que permitiera hacer una adecuada comparación en el periodo de 1999 a 2001 que tome en cuenta y explique estos múltiples cambios. Porcelanite y Porcel tendrían que reestructurar la información presentada para poderla comparar.
- G. Existe información faltante de Porcel en el acta circunstanciada de visita de verificación lo cual es relevante ya que esta empresa forma parte importante de las solicitantes. No es aceptable que la Secretaría haya dado entrada a la solicitud sin contar con la información completa de Porcel dada la importancia de esta empresa para determinar la posibilidad de daño a dicha empresa o de su posible amenaza de daño. El haber llegado a esta etapa de la investigación sin contar con esta información es una violación de la autoridad a lo establecido en el artículo 5.3 del Acuerdo Antidumping.
- H. Con las declaraciones hechas por Porcelanite en la visita de verificación se están reconociendo los cambios estructurales realizados de 1999 a 2001, pero no se dio una explicación de cómo afectaron su posición productiva y financiera, ni tampoco se presentaron estados financieros reexpresados que permitieran una adecuada comparación entre cada uno de los años. Asimismo es de extrañar que la Secretaría, aun tomando nota de los cambios ocurridos, no haya solicitado la presentación de información contable que pudiera ser comparada en forma homogénea.
- I. Es importante comentar que Grupo Carso ha tenido casos similares en donde sí ha llevado a cabo la comparabilidad de la información financiera, por lo que se debió haber presentado una situación similar para Porcelanite debido a que se han realizado modificaciones en la empresa que hacen

imposible el comparar un año con relación al otro, sin tener una reestructuración de la información que pueda hacerla comparable.

- J. Los objetivos de las empresas fusionadas y escindidas son completamente distintos como se observa en la estructura corporativa presentada por Porcelanite para el periodo de 1999 a 2001 durante la visita de verificación, por lo que ya no pueden ser comparables desde el punto de vista productivo y financiero entre sí.
- K. Se remite a la respuesta presentada por las empresas exportadoras y la ASCER en relación con la metodología para identificar a cada uno de los productos que se considera que no deben ser objeto de investigación.
- L. Para mayor facilidad de la Secretaría en la identificación del tipo de producto al que corresponde cada uno de los productos importados por la empresa se anexan los códigos de producto y/o descripciones de productos que corresponden a pisos y muros (bases, piezas especiales y porcelánicos o porcelanatos).
- M. Tau México no tuvo operaciones de importación en 1999 así como en el primer semestre de 2000.

135. Para acreditar lo anterior, la empresa presentó:

- A. Relación de ventas al mercado mexicano por tipo de producto de enero a junio de 2001.
- B. Listado de códigos de producto correspondientes a piezas especiales y pavimentos y revestimientos.

136. El 19 de agosto de 2003, la Secretaría requirió a la ASCER y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos; Azteca Gres, Azu Vi; Azulejera Técnica; Azulejos Vives; Cerámica Vives; Cristal Cerámicas; Hispania Cerámica; Metropol Cerámica; Pamesa Cerámica y Vives Azulejos y Gres información relacionada con códigos de producto y aclaraciones de ciertos ajustes, otorgándoles un plazo que venció el 2 de septiembre de 2003.

137. El 28 de agosto de 2003, la Secretaría otorgó a las empresas señaladas en el punto anterior, una prórroga de 4 días hábiles para dar respuesta al requerimiento mencionado, la cual venció el 8 de septiembre de 2003.

138. En respuesta al requerimiento de información formulado por esta Secretaría el 19 de agosto de 2003, con fundamento en los artículos 55 y 93 fracción IV de la LCE y 16 fracción VI del Reglamento Interior de la propia dependencia, con fecha 8 de septiembre de 2003, compareció la ASCER y las empresas exportadoras mencionadas en el punto 136 de esta Resolución y manifestaron lo siguiente:

- A. La selección de códigos de producto similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos ha seguido un triple camino. El primero consistió en un estudio comparativo de las características técnicas de cada producto, y sobre la base del mismo, se estableció un perfil de comparabilidad para aquellos códigos vendidos en los Estados Unidos Mexicanos, pero sin ventas en el Reino de España.
- B. El segundo criterio utilizado para seleccionar códigos similares, consistió en que dentro de la similitud de características técnicas, se dio prioridad absoluta a aquellos productos que pertenecían a la misma serie o familia comercial, de forma que la identidad fuera lo más cercana posible al producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos.
- C. El tercer criterio fue el de equivalencia o similitud de costos variables. Para lo cual se han presentado los análisis de costos detallados y explicados ampliamente de cada uno de los códigos, tanto los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos como sus homólogos en el Reino de España.
- D. En este sentido cruzando las características técnicas de los códigos de producto homólogos con los costos variables de los mismos, se ha determinado que aquellos productos que tienen el mismo formato y pertenecen a la misma serie comparten una misma estructura de costos variables, excepto en la fase de esmaltado y serigrafiado de la pieza, en la que la estructura de costos es distinta para cada uno.

- E. Cuando no se contó con el código de producto idéntico al exportado a los Estados Unidos Mexicanos se eligieron como similares, códigos que corresponden a una serie o código diferente debido a la inexistencia de ventas representativas en el Reino de España, por lo que la homologación se ha efectuado siempre partiendo de la similitud de características técnicas de los productos (primer criterio), de manera que, a pesar de no pertenecer a la misma familia o, incluso, de tener formato distinto, se pudiera considerar que, desde el punto de vista técnico, el producto podría cumplir con las mismas funciones de uso que el exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Adicionalmente a estas consideraciones técnicas, se ha completado la homologación con el criterio de costos variables (tercer criterio).
- F. Las empresas han presentado de la forma más exhaustiva posible los análisis de costos y, en su caso, los estudios correspondientes para poder probar de manera expresa e indudable la procedencia de la comparabilidad. Igualmente se han presentado catálogos que, junto con la comparación técnica de los productos, ayudan a comprobar la similitud de códigos y la validez de la comparabilidad realizada.
- G. Para los códigos seleccionados como similares siempre que ha sido posible, en la inmensa mayoría de los casos, las empresas han reportado las ventas de todas las tonalidades de la misma serie y formato vendidos en el mercado español durante el periodo de investigación. El estudio de costos se realizó por la diferencia de colores de los códigos comparados.
- H. En una misma serie y formato sí hay diferencias de costos entre el producto investigado en función de sus diferentes diseños, esmaltes y técnicas decorativas incluso el color. Aunque estas diferencias son reducidas dentro de una misma serie comercial puntualmente pueden ser elevadas, no pudiéndose determinar *a priori* dichas diferencias de costos hasta que no se efectúa el análisis correspondiente. Si hay diferentes tonalidades, se trata de un código distinto necesariamente, ya que no se conoce caso alguno en que el código sea idéntico para dos tonos distintos. Al menos un dígito deberá diferenciar a los productos de distinta tonalidad.
- I. Por su parte, Pamesa Cerámica, manifiesta que en la metodología del ajuste por picking no se realiza distinción entre ventas picking o detallista (inferiores a un palet) y ventas normales donde el palet es la unidad mínima de venta. Por lo que la empresa lo contabiliza como costo de producción tanto para ventas nacionales como exportaciones.
- J. Respecto de la metodología de cálculo de los factores de comisión Pamesa Cerámica indicó que dado el carácter variable de cada liquidación de los comisionistas en cada uno se ha comprobado el importe de las comisiones devengadas por la venta del producto terminado, cuyos datos están soportados y contrastados por las facturas del comisionista, y se ha calculado la media de comisión resultante de todas las bases imponibles y comisiones del periodo.
- K. Hispania Cerámica manifestó que por diferencias en cantidades entiende aquellos descuentos que se practican no como parte de un interés por una venta masiva de un producto sino más bien para motivar la compra por parte del cliente del mercado nacional de pallets completos.

139. Para acreditar lo anterior, la ASCER y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos; Azteca Gres; Azu Vi; Azulejera Técnica; Azulejos Vives; Cerámica Vives; Cristal Cerámicas; Hispania Cerámica; Metropol Cerámica; Pamesa Cerámica y Vives Azulejos y Gres presentaron lo siguiente:

- A. Contabilidad analítica de 2001 del almacén de la empresa Pamesa Cerámica.
- B. Estadísticas de facturación de Pamesa Cerámica en metros/euros para 2001.
- C. Información relacionada con el ajuste por comisión de ventas de diferentes modelos de Pamesa Cerámica.
- D. Diversas facturas de ventas de Hispania Cerámica de los meses de abril, mayo y junio de 2001.

- E. Facturas presentadas para acreditar las comisiones devengadas y de ventas de Cristal Cerámicas de enero a junio de 2001.
- F. Diversos recibos de honorarios por comisiones de febrero y mayo de 2001, pagados por Cristal Cerámicas.
- G. Facturas de exportación de Azteca Cerámica de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación.
- H. Facturas de Azteca Cerámica de transacciones realizadas en el mercado interno durante el periodo investigado, indicando la mercancía producida por Azteca Gres.
- I. Facturas por comisión de Azulejera Técnica.
- J. Explicación del ajuste por segunda comisión de Azulejera Técnica.
- K. Diversas facturas de exportación de Azteca Cerámica de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación a los Estados Unidos Mexicanos identificando la mercancía producida por Azulejera Técnica.
- L. Vives Azulejos y Gres presentó información para probar la tasa de interés que aplicó.
- M. Facturas de venta en su mercado interno de la empresa Hijos de Cipriano Castello.
- N. Colorker presentó diversa información para acreditar el ajuste por crédito.

Pruebas supervenientes

140. El 30 de mayo y 4 de junio de 2003 las empresas Jamam, Baldor, Sanimex, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Recubre, Rocersa México y Roig Cerámica ofrecieron como prueba superveniente una nota publicada en el periódico El Financiero el 29 de mayo de 2003, intitulada “Invierte Grupo Lamosa en moderna tecnología y construcción de plantas”.

141. La Secretaría notificó a Lamosa la prueba a que se hace alusión en el punto anterior y le concedió un plazo de 5 días para que manifestara lo que a su derecho conviniese. En respuesta a dicho requerimiento el 18 de junio de 2003, Lamosa manifestó lo siguiente:

- A. Una simple nota periodística no puede desacreditar toda la información proporcionada por Lamosa en el curso de la investigación.
- B. Las notas periodísticas son por lo general resultado de entrevistas rápidas en las que el entrevistado expresa comentarios con un objetivo específico en función del contexto en que se da la entrevista. En este caso, los comentarios del Director General de Grupo Lamosa, previos a la inauguración de la nueva planta y la inversión que representó, tuvo como finalidad un mensaje al medio financiero.
- C. Lamosa inició desde finales de 2000 un plan de inversión para la construcción de 3 nuevas plantas (2 para recubrimientos cerámicos y una para sanitarios) bajo un programa de reconversión tecnológica.
- D. La inversión de la primera planta en Monterrey para la producción de sanitarios se autorizó por el Consejo de Administración a finales de 2000; de la segunda planta en San Luis Potosí que produce recubrimientos, su inversión fue autorizada por el Consejo de Administración en mayo de 2001 y la tercera planta ubicada en Monterrey también para recubrimientos se estima que entre en operación en el 2004.
- E. Las nuevas plantas son en respuesta a la necesidad de contar con plantas de alta tecnología que permitan disminuir costos y ser más competitivos en el mercado nacional y de exportación. Ambas plantas vienen a sustituir las plantas de Guadalajara y Monterrey e incrementar la capacidad en aproximadamente 20 por ciento.
- F. Lamosa no se encuentra en expansión sino en una etapa de mejora tecnológica.
- G. El estimar un crecimiento de 15 por ciento en las ventas internas y de exportación para este año, y suponiendo que se cumpla, de ninguna manera desvirtúa el daño o amenaza de daño por las importaciones originarias del Reino de España.
- H. El incremento en ventas de Lamosa y de las otras dos productoras solicitantes, no ha evitado la pérdida de rentabilidad ocasionada por la disminución en precios en que ha incurrido la industria para poder enfrentar la competencia de las importaciones españolas.

- I. Se indica que la industria de recubrimientos cerámicos depende de la industria de la construcción, sin embargo, Lamosa no depende necesariamente del desempeño de esa industria, toda vez que sus productos van dirigidos específicamente al sector de la vivienda.
- J. El pretender desacreditar la información proporcionada por Lamosa por el hecho de que la autoridad investigadora decidió no verificar sus datos, significaría que se tendría que desacreditar la información proporcionada por todas las empresas exportadoras e importadoras comparecientes que no fueron verificadas por la Secretaría.

142. El 18 de julio de 2003, la ASCER y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos; Ballesmar de México; Cerfomex; GNK; Peronda México; Porcelanosa México; Artexa; Tau México; Azteca Gres; Azu Vi; Azulejera Técnica; Azulejos Vives; Cerámica Vives; Cristal Cerámicas; Hispania Cerámica; Metropól Cerámica; Pamesa Cerámica y Vives Azulejos y Gres, ofrecieron como prueba superveniente una nota publicada en el periódico El Financiero el 14 de julio de 2003, intitulada “Grupo Industrial Saltillo inicia operaciones en Chihuahua”.

143. La Secretaría notificó a Vitromex la prueba a que se hace alusión en el punto anterior y le concedió un plazo de 5 días para que manifestara lo que a su derecho conviniese. En respuesta a dicho requerimiento el 30 de julio de 2003, Vitromex manifestó lo siguiente:

- A. A principios de 2001 se inició el análisis del proyecto para la instalación de una nueva planta de recubrimientos cerámicos en Chihuahua y a finales del 2002 el Consejo de Administración autorizó el proyecto, que obedece a la decisión del Grupo de abrir nuevas plantas en lugares estratégicos para optimizar costos de distribución de productos.
- B. En días pasados se inició la construcción de la planta, la cual está destinada a fabricar piso con diseños y características estéticas y técnicas para abastecer en mejor forma el mercado de consumidores.
- C. Grupo Industrial Saltillo está invirtiendo en nueva tecnología con la finalidad de mejorar su competitividad tanto en el mercado nacional como de exportación. Las inversiones realizadas y proyectadas para modernización y ampliación de la planta productiva, ante un mercado en crecimiento, de ninguna manera desvirtúa la existencia de daño o amenaza de daño por las importaciones del Reino de España a precios discriminados.
- D. En este procedimiento, ni Vitromex ni las demás solicitantes han ocultado que el mercado mexicano está en expansión.

144. El 29 de julio de 2003, las empresas Jamam, Baldor, Comercializadora de Cerámica, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Porcelanato, Recubre, Rocersa México, Sanimex y Roig Cerámica, presentaron los argumentos que a continuación se resumen con el carácter de supervenientes:

- A. Una vez que las empresas citadas comparecieron para presentar sus pruebas y argumentos complementarios, acaecieron hechos de particular relevancia para este procedimiento como los requerimientos de información adicional que hizo la autoridad investigadora a los productores nacionales y a la AMPREC, la tentativa de respuesta por parte de unos y otros y el desechamiento de esa tentativa de respuesta por parte de la autoridad.
- B. La información sobre diversos indicadores económicos y financieros presentada por los productores nacionales solicitantes Porcelanite, Lamosa, Manufacturas Vitromex y Porcel, así como la presentada por la AMPREC debía ser corregida, complementada y debían despejarse sus inconsistencias para efecto de realizar el análisis de daño de Ley.
- C. Al no responder las solicitantes en mención al requerimiento UPCI.310.03.1833/3, la autoridad no cuenta con elementos que demuestren la existencia del daño alegado por las solicitantes. El acuerdo de la información de las solicitantes y de la AMPREC por parte de la autoridad es en el sentido de que no se tomó en cuenta la información presentada en virtud de haberla presentado de manera extemporánea.

- D. No existe en el expediente una explicación de las diferencias entre las cifras de la AMPREC y las de los solicitantes, por lo que esta fuente no resulta confiable ya que se contradice con la información realmente verificada.
- E. La autoridad debería dar por concluida la investigación sin imponer cuotas compensatorias.

145. El 8 y 22 de agosto de 2003, la empresa Tau México presentó la información financiera trimestral correspondiente al primer trimestre de 2002 a 2003 de la Bolsa Mexicana de Valores de Grupo Lamosa y los argumentos que a continuación se resumen con el carácter de supervenientes:

- A. La inconsistencia, no aclarada hasta la fecha, entre la información presentada en el curso de la investigación por Porcelanite, Porcel, Lamosa y Vitromex con la de la AMPREC.
- B. Tau México ha solicitado a la autoridad que compare la información presentada por los solicitantes a la Secretaría con la que sus corporativos han presentado a la Bolsa de Valores de México.
- C. Los argumentos supervenientes esgrimidos en esta comparecencia se presentan en virtud de la información recabada por la autoridad en su visita de verificación a Porcelanite el 28 de mayo de 2003.

146. La Secretaría notificó a las solicitantes las promociones a que se hace alusión en los puntos 144 y 145 de esta resolución y les concedió un plazo de 5 días para que manifestaran lo que a su derecho conviniese. En respuesta a dicho requerimiento el 5 de septiembre de 2003, las solicitantes manifestaron lo siguiente:

- A. La autoridad tiene la facultad de recabar mayores elementos de prueba relacionados con los hechos materia del mismo, dichos requerimientos son consecuencia del estudio que la autoridad realiza de las pruebas ofrecidas por las partes y si considera que para abundar sobre puntos específicos le es indispensable mayor información, en uso de su facultad investigadora puede emitir todo tipo de requerimiento de información.
- B. Es errónea la apreciación de Roig Cerámica en el sentido que el requerimiento que realizó la Secretaría a nuestras representadas el 23 de junio de este año y la supuesta tentativa de respuesta son pruebas supervenientes que demuestran que la autoridad no contaba con información esencial, básica y fundamental, para evaluar el daño alegado por nuestras representadas.
- C. No puede explicarse que el hecho de que se requiera información complementaria y aclaratoria significa ausencia de información esencial, básica y fundamental.
- D. Si bien es cierto que la existencia de pruebas supervenientes es reconocida por el Código Federal de Procedimientos Civiles en su artículo 324, la apreciación realizada por Roig Cerámica al respecto es errónea. Una determinación de la autoridad no puede constituir una prueba clasificada como superveniente, pues éstas por su propia naturaleza no pueden serlo, en todo caso Roig Cerámica debió hacer el ofrecimiento de la prueba como instrumental de actuaciones, la cual en ningún caso puede ser superveniente.
- E. Respecto de la prueba supuestamente superveniente presentada por Tau México, estamos de acuerdo con la determinación de la autoridad en su acuerdo del 12 de agosto de 2003, en el sentido de desestimar los argumentos y hechos alegados por no haberse acreditado su carácter superveniente.
- F. Es conveniente señalar que los mismos temas contenidos en la promoción presentada por Tau México como prueba superveniente, fueron presentados por los importadores y exportadores representados por David Hurtado en la audiencia pública y nunca se expusieron como supervenientes.
- G. Los puntos y cuestionamientos contenidos en la promoción de Tau México en comento fueron contestados por las solicitantes tanto en la audiencia pública como en las respuestas a las preguntas planteadas en la sesión *in camara*, así como en el escrito de alegatos.
- H. Finalmente, respecto a la pretensión de Tau México de calificar sus pruebas como supervenientes, le aplican las observaciones señaladas anteriormente para Roig Cerámica.

147. El 22 de agosto de 2003 las solicitantes ofrecieron como prueba superveniente el informe anual 2002 y el informe trimestral de abril-junio de 2003 de la empresa Inter Ceramic, presentado ante la Bolsa Mexicana de Valores el 16 de julio de 2003.

148. La Secretaría notificó a las empresas importadoras y exportadoras comparecientes la prueba a que se hace alusión en el punto anterior y les concedió un plazo de 5 días para que manifestaran lo que a su derecho conviniese. En respuesta a dicho requerimiento el 3 y 5 de septiembre de 2003 comparecieron las empresas que a continuación se señalan.

149. Jamam, Baldor, Comercializadora de Cerámica, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Porcelanato, Recubre, Rocersa México, Sanimex y Roig Cerámica, manifestaron lo siguiente:

- A. Lo reportado por Inter Ceramic en los informes presentados por las solicitantes como pruebas supervenientes es consistente con los diversos argumentos que hemos expuesto en el curso del procedimiento.
- B. Inter Ceramic confirma el hecho de que el comportamiento en el sector de la construcción tiene un impacto directo en el comportamiento del mercado de recubrimientos, lo cual debiera llevar a la autoridad a retomar los argumentos que han presentado mis representadas en el sentido de que el comportamiento de la producción nacional debiera analizarse a la luz del comportamiento del sector de la construcción, y de que al ubicar a la producción nacional en este contexto, resulta que si bien su comportamiento está determinado por el de la construcción, también es cierto que sus indicadores económicos y financieros contrastan favorablemente respecto de este sector del cual depende.
- C. Inter Ceramic reconoce que en el mercado mexicano su competencia está representada básicamente por productores locales, es decir, por Porcelanite, Vitromex y Lamosa, mientras que en el mercado de los Estados Unidos de América enfrenta la competencia de los productos importados del Reino de España y la República Italiana, dicha afirmación confirma el hecho de que el supuesto daño alegado por las solicitantes, en todo caso, se explica a partir de la intensa competencia entre los propios productores solicitantes, lo que ha provocado el desplazamiento del resto de los productores nacionales.
- D. Inter Ceramic es y continúa siendo productor nacional, la actividad importadora de dicha empresa, además de ser ulterior al periodo investigado, no necesariamente se refiere al producto objeto de investigación, sus importaciones se realizan con el propósito de complementar sus líneas de productos para ofrecer una mayor variedad de diseños y coordinados al público consumidor.
- E. Finalmente, los argumentos de dicho informe confirman los argumentos de estas empresas en el sentido de que el producto importado es un producto de altas especificaciones que se posiciona en un segmento de mercado de alto poder adquisitivo. Por lo que dicho producto no representa una competencia directa con el producto nacional ya que este último se destina a otro segmento de mercado (construcción) en el cual los consumidores demandan un producto de menor precio, calidad y variedad en sus diseños.

150. La ASCER y las empresas exportadoras e importadoras Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castillo; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos; Ballesmar de México; Cérfomex; GNK; Peronda México; Porcelanosa México; Artexa; Tau México; Azteca Gres; Azu Vi; Azulejera Técnica; Azulejos Vives; Cerámica Vives; Cristal Cerámicas; Hispania Cerámica; Metropol Cerámica; Pamesa Cerámica y Vives Azulejos y Gres manifestaron lo siguiente:

- A. La información presentada por las solicitantes es irrelevante para esta investigación y no se entiende ni se explica cuál es el propósito de esa prueba.
- B. Dicha prueba refuerza los argumentos de mis representadas en el sentido de que es ilógico que las importaciones de azulejo español estén dañando a unas empresas productoras y a otras no y que si se acepta el argumento de que Inter Ceramic no debe ser considerada para ningún efecto en la investigación, debe desecharse todo posible efecto de daño o amenaza de daño, así como declararse que las solicitantes Lamosa y Vitromex, carecen de interés en esta investigación, ya que realizaron importaciones del producto investigado, sin acreditar los precios y que sus importaciones

no contribuyeron al daño o a la amenaza de daño que alegan como lo ordena el artículo 62 del RLCE.

151. Casa Ortiz, S.A. de C.V. en lo sucesivo, Casa Ortiz, manifestó lo siguiente:

- A. Se opone respecto a la admisión de las pruebas supervenientes ofrecidas por las solicitantes, consistente en el informe anual 2002 y el trimestral de abril a junio de 2003 de Interceramic, presentado ante la Bolsa Mexicana de Valores, en virtud de que con fundamento en lo establecido en el artículo 76 del RLCE, todos los documentos y pruebas que formen parte de la investigación por prácticas desleales de comercio internacional, deberán versar sobre el periodo investigado, por lo que lógico es que las pruebas supervenientes mencionadas, están fuera del periodo investigado, por lo que esa autoridad investigadora deberá proceder a desecharlas de plano.
- B. Las partes no dieron cabal cumplimiento a los artículos 56 de la LCE y 140 del RLCE.

Visitas de verificación

152. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 83 de la LCE, 143 y 173 del RLCE, 6.7 y Anexo I del Acuerdo Antidumping, la autoridad investigadora llevó a cabo las visitas de verificación que se señalan a continuación, con el propósito de constatar que la información y pruebas aportadas por las empresas en el curso del procedimiento fueran correctas, completas y provinieran de su contabilidad, así como evaluar la metodología empleada en la preparación de la información rendida, cotejar los documentos que obran en el expediente administrativo y obtener detalles sobre los mismos. Respecto de las visitas practicadas a las empresas exportadoras, éstas fueron notificadas con antelación al gobierno del Reino de España.

Exportadoras

- A. Del 26 al 29 de mayo de 2003, se llevó a cabo la visita de verificación a la empresa Roig Cerámica, en su domicilio ubicado en Castellón en el Reino de España.
- B. Del 30 de mayo al 3 de junio de 2003, se llevó a cabo la visita de verificación a la empresa Cerpa, en su domicilio en Castellón en el Reino de España.
- C. Del 4 al 6 de junio de 2003, se llevó a cabo la visita de verificación a Cerámica Saloni, en Castellón en el Reino de España.

Importadora

- A. Del 9 al 13 de junio se llevó a cabo la visita de verificación a Rocersa México, en su domicilio ubicado en el Estado de México.

Solicitantes

- A. Del 28 al 30 de mayo de 2003, se llevó a cabo la visita de verificación a las empresas Porcelanite y Porcel, en su domicilio ubicado en la Ciudad de México.

153. La autoridad investigadora levantó actas circunstanciadas de cada una de las visitas de verificación señaladas en el punto anterior, en las que constan los resultados de las mismas de conformidad con los artículos 83 de la LCE y 173 del RLCE y las cuales obran en el expediente administrativo del caso que, para efectos del procedimiento, constituyen un documento público de eficacia probatoria plena de conformidad con los artículos 129 y 202 del Código Federal de Procedimientos Civiles de aplicación supletoria, conforme a los artículos 85 de la LCE y 197 del Código Fiscal de la Federación.

Comentarios a las actas de las visitas de verificación

154. Las empresas Roig Cerámica, Cerpa, Cerámica Saloni y Rocersa México presentaron comentarios al acta de la visita de verificación que se les practicó, los cuales fueron considerados por la autoridad investigadora.

Audiencia Pública

155. El 22 de agosto de 2003 se llevó a cabo en oficinas de la Secretaría, la audiencia pública prevista en los artículos 81 de la LCE y 165, 166, 168, 169 y 170 del RLCE, a la que comparecieron los representantes de las empresas importadoras, exportadoras y solicitantes acreditados como partes interesadas en esta investigación administrativa, así como de la ASCER, el gobierno del Reino de España y de la Delegación de la Comisión Europea, quienes tuvieron oportunidad de manifestar lo que a su interés convino y refutar e interrogar oralmente a sus contrapartes respecto de la información, datos y pruebas que se hubieren presentado, según consta en el acta circunstanciada levantada con tal motivo, y que constituye un documento público de eficacia probatoria plena de conformidad con los

artículos 129 y 202 del Código Federal de Procedimientos Civiles de aplicación supletoria, conforme a los artículos 85 de la LCE y 197 del Código Fiscal de la Federación, misma que obra en el expediente administrativo del caso.

Respuestas a preguntas efectuadas durante la audiencia

156. Mediante escrito de fecha 27 de agosto de 2003 la ASCER; y las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Ballesmar; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castillo; Inalco; Incea; Italcerámica; Keraben; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris; Porcelanatto; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos; Ballesmar de México; Cerfomex; GNK; Peronda México; Porcelanosa México; Artexa; Tau México; Azteca Gres; Azu Vi; Azulejera Técnica; Azulejos Vives; Cerámica Vives; Cristal Cerámicas; Hispania Cerámica; Metropol Cerámica; Pamesa Cerámica y Vives Azulejos y Gres, presentaron respuesta a las preguntas planteadas durante la audiencia pública a que se refiere el punto anterior.

157. Mediante escrito de fecha 27 de agosto de 2003, las empresas solicitantes presentaron respuesta a las preguntas planteadas durante la audiencia pública por los importadores y exportadores comparecientes, así como por la Secretaría.

Alegatos

158. De conformidad con los artículos 82, tercer párrafo de la LCE y 172 del RLCE, la Secretaría declaró abierto el periodo de alegatos, fijando un plazo de 8 días hábiles, a efecto de que las partes interesadas, manifestaran por escrito sus conclusiones sobre el fondo o sobre los incidentes en el curso del procedimiento. De manera oportuna, las empresas comparecientes en esta investigación administrativa a excepción de Casa Ortiz y Alaplana México presentaron sus alegatos, mismos que fueron considerados por la autoridad investigadora al momento de emitir esta resolución.

Opinión de la Comisión de Comercio Exterior

159. Una vez concluida la investigación de mérito, el 11 de diciembre de 2003, la Secretaría presentó el proyecto de resolución final ante la Comisión de Comercio Exterior, en lo sucesivo la Comisión, con fundamento en los artículos 58 de la LCE y 83 fracción II del RLCE, y el Secretario Técnico de la Comisión, una vez que constató la existencia de quórum, en los términos del artículo 6 del RLCE, dio inicio a la celebración de la sesión de conformidad con la orden del día. El Secretario Técnico concedió el uso de la palabra al representante de la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales, en lo sucesivo la UPCI, con el objeto de que expusiera de manera oral el proyecto de resolución final de la investigación antidumping sobre las importaciones de recubrimientos cerámicos, mercancía clasificada en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, originarias del Reino de España, que previamente remitió a esta Comisión para que se hiciera llegar a los miembros, con el fin de que en la sesión referida emitieran sus comentarios. En uso de la palabra el representante de la UPCI expuso y explicó en forma detallada el caso en particular con el objeto de dar a conocer a esa Comisión los motivos por los cuales se determinó no imponer cuota compensatoria definitiva. Nuevamente en uso de la palabra, el Secretario Técnico de la Comisión, preguntó a los integrantes de la misma si tenían alguna observación. Toda vez que ninguno de los asistentes a esta sesión tuvo comentarios al proyecto referido, el mismo se sometió a votación y se aprobó por unanimidad.

CONSIDERANDO

Competencia

160. 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 II de la Ley de Comercio Exterior; y 1, 2, 4 y 16 fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía.

Legitimación

161. Las empresas Lamosa, Porcel, Porcelanite y Vitromex, representan en conjunto el 67 por ciento de la producción nacional de recubrimientos cerámicos. Para acreditar lo anterior presentaron

una carta de la AMPREC de fecha 20 de diciembre de 2001, con lo cual se actualiza el supuesto contenido en los artículos 40 y 50 de la LCE y 60 y 75 del RLCE.

Legislación aplicable

162. Para efectos de este procedimiento, son aplicables el Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, la Ley de Comercio Exterior y su Reglamento.

Información desestimada

163. La Secretaría desestimó los comentarios de las empresas importadoras y exportadoras al escrito de argumentos y pruebas complementarias de las solicitantes a que se hace mención en el punto 102 de esta Resolución toda vez que no era el momento procesal oportuno para presentar réplicas o contraargumentaciones, ya que conforme al artículo 164 del RLCE una vez publicada la resolución preliminar se otorga un plazo de 30 días a las partes interesadas para que presenten argumentos y pruebas complementarias.

164. Asimismo, la Secretaría desestimó la información presentada por Interceramic a que se hace alusión en el punto 108 de esta Resolución en virtud de no haber acreditado la legal existencia de la empresa así como la personalidad del representante legal de conformidad con el artículo 19 del Código Fiscal de la Federación de aplicación supletoria conforme al artículo 85 de la LCE.

165. Con fundamento en el artículo 6.8 del Acuerdo Antidumping y 54 de la LCE, la Secretaría desestimó las respuestas de las solicitantes y AMPREC a los requerimientos de información a que se hace alusión en el punto 111 de esta Resolución, en virtud de haber sido presentadas extemporáneamente, toda vez que el plazo vencía a las 14:00 horas del 10 de julio, sin embargo sus respuestas se presentaron después de esa hora, por lo que las mismas se tuvieron por presentadas el 11 de julio de 2003.

166. La Secretaría desestimó los argumentos de Tau México señalados en el punto 134 incisos F a J de esta Resolución, por tratarse de argumentos adicionales a los requeridos por esta Secretaría, no siendo el momento procesal oportuno para hacerlos valer con fundamento en el artículo 164 del RLCE. Asimismo desestimó el fax de la Associazione Costruttori Italiani Macchine Attrezzature per Ceramica, a que se refiere el punto 101, inciso C de esta Resolución, en virtud de haberse presentado sin su traducción al español conforme a lo dispuesto en el artículo 271 del Código Federal de Procedimientos Civiles de aplicación supletoria, conforme a los artículos 85 de la LCE y 197 del Código Fiscal de la Federación.

Argumentos de las empresas comparecientes

167. Respecto de los argumentos y alegatos presentados por las partes interesadas y señalados en el punto 97 de esta Resolución, se hacen los siguientes comentarios:

- A.** Esta Secretaría reitera lo señalado en la resolución preliminar en el sentido de que con los documentos aportados por Lamosa se tuvo por acreditada la personalidad de María del Refugio Mejía Covarrubias, Héctor Vázquez Tercero y Adrián Vázquez Benítez como representantes legales de dicha empresa.
- B.** Contrario a lo manifestado por las promoventes, esta Secretaría considera que la visita de verificación practicada a Porcelanite y Porcel fue exhaustiva; si bien no se verificó toda la información reportada, al igual que en el caso de las visitas a las empresas exportadoras y a la importadora, se obtuvo una muestra que a juicio de la Secretaría es representativa ya que en la práctica es verdaderamente imposible verificar el 100 por ciento la información reportada por las partes por el tiempo que se requiere, además de que al final el resultado seguramente sería el mismo que el obtenido con la muestra seleccionada.

168. Respecto del argumento de las solicitantes a que se hace mención en el punto 106 inciso F de esta Resolución en el sentido de que no debe dárseles oportunidad a los exportadores de contestar el formulario en esta segunda etapa, es conveniente considerar que en el caso en concreto, esta Secretaría aceptó en la etapa final la respuesta al formulario oficial de diversas empresas exportadoras, porque se trataba de empresas que en la etapa preliminar de la investigación antidumping ya se habían acreditado debidamente como partes interesadas. Adicionalmente, para la Secretaría era conveniente contar con el mayor número posible de respuestas al formulario oficial para que su determinación final fuera más sólida.

Análisis de discriminación de precios

169. Durante la presente investigación, la Secretaría recibió respuesta al formulario oficial y a los requerimientos de información adicional, por parte de las siguientes empresas exportadoras: Azteca Gres; Azu Vi; Azulejera La Plana y su empresa importadora relacionada Alaplana México; Azulejera Técnica; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulejos Vives; Azulev; Azuliber; Cerámicas Gaya; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerámica Vives; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Colorker Porcelánico; Cristal Cerámicas; Dual Gres; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Catello; Hispania; Incea; Inalco; Italcerámica; Keraben y su empresa importadora relacionada GNK; Lucena Cerámicas; Metropol Cerámica; Navarti Cerámica; Pamesa; Peris y su empresa importadora relacionada Peronda México; Porcelanatto y su empresa importadora relacionada Cerfomex; Porcelanosa y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México; Roig Cerámica y su empresa relacionada Rocersa México; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel y su empresa importadora relacionada Tau México; Venis y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México; Venus Cerámica; Venus Dos y Vives Azulejos y Gres. Los cálculos de la determinación del margen de discriminación de precios para las empresas antes mencionadas se describen de manera detallada en los puntos 199 a 907 de esta Resolución. Estos cálculos consideran la información presentada por las empresas exportadoras en sus diversas promociones e incorporan los resultados obtenidos durante las visitas de verificación practicadas a las empresas Cerpa, Roig Cerámica y su empresa relacionada Rocersa México y Cerámica Saloni, a las que hace referencia en el punto 5 de esta Resolución.

170. Ballesmar presentó respuesta al formulario oficial; sin embargo, su empresa importadora relacionada Ballesmar de México no lo contestó de manera completa, por lo que la Secretaría estuvo imposibilitada para calcular un margen de discriminación de precios específico para la empresa exportadora. Al respecto, la Secretaría calculó un margen de discriminación de precios para Ballesmar con base en los hechos de que tuvo conocimiento, con fundamento en los artículos 6.8 del Acuerdo Antidumping y 54 de la LCE. Tales hechos se describen en el punto 906 de esta Resolución.

171. La Secretaría no puede revelar públicamente la información presentada con carácter de confidencial, de conformidad con el artículo 83 fracción I inciso B del RLCE.

Alegatos relativos al análisis de discriminación de precios

Margen de discriminación de precios

172. Las empresas importadoras Baldor, Jamam, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Recubre, Rocersa México, Sanimex y la empresa exportadora Roig Cerámica, manifestaron en sus alegatos a la resolución preliminar que el margen de discriminación de precios residual, calculado para el resto de los exportadores que no comparecieron en la investigación, debe sustentarse en el promedio ponderado del margen de dumping de las empresas comparecientes.

173. Respecto al señalamiento hecho por las empresas antes citadas, la Secretaría considera que su alegato es improcedente ya que no se le puede dar un tratamiento igual a las empresas que no cooperaron en la investigación que el que se otorga a aquellas que sí lo hicieron, de acuerdo con lo dispuesto en el párrafo 7 del Anexo II del Acuerdo Antidumping.

Visitas de verificación

174. Las solicitantes manifestaron que la muestra de las empresas verificadas tiene una escasa representatividad y no fue debidamente fundada y motivada, ya que hasta la etapa preliminar las exportadoras comparecientes eran 37 empresas y únicamente la autoridad investigadora decidió verificar a tres de éstas y a una empresa importadora relacionada, lo que significó avalar automáticamente la información de las 34 empresas restantes, esto sin contar a las empresas exportadoras que comparecieron en la etapa final.

175. La Secretaría considera que las solicitantes interpretan de una forma equivocada la legislación aplicable debido a que ni el anexo I del Acuerdo Antidumping ni los artículos 83 de la LCE y 173 del RLCE establecen un criterio de representatividad aplicable a las empresas seleccionadas para efectos de llevar a cabo visitas de verificación. En particular, el artículo 83 de la LCE establece que la Secretaría podrá verificar la información y pruebas presentadas en el curso de la investigación, lo que faculta a la autoridad investigadora a realizar verificaciones a las empresas que considere pertinentes.

176. Adicionalmente, si bien la legislación aplicable no exige un porcentaje de representatividad, la Secretaría seleccionó a tres empresas exportadoras y una empresa importadora relacionada considerando, entre otros elementos, que en su conjunto las exportadoras representaron aproximadamente el 20 por ciento del volumen total exportado por las empresas comparecientes en la investigación, lo cual es relevante en un mercado tan pulverizado como lo es el mercado de recubrimientos cerámicos en donde existe un gran número de empresas exportadoras.

177. En lo que respecta al planteamiento señalado por las solicitantes en el sentido de que la Secretaría, al no incorporar a más empresas para ser sujetas a visitas de verificación, avala automáticamente la información de las empresas exportadoras restantes, la autoridad investigadora considera que la afirmación de las solicitantes es incorrecta, ya que el cálculo del margen de discriminación de precios individual implica el análisis detallado de las cifras, metodologías y pruebas aportadas por las empresas exportadoras.

Selección de una muestra

178. Las solicitantes indicaron que propusieron que la determinación de los márgenes de dumping se hiciera sobre la base de una muestra representativa de exportadores como lo recomiendan los artículos 6.10 del Acuerdo Antidumping y 41 del RLCE y que esta propuesta no se tomó en cuenta ni se motivó la decisión e no hacerlo.

179. La Secretaría considera que la interpretación de los artículos señalados por la solicitante es incorrecta, ya que la provisión de cálculo del margen de discriminación de precios por medio de una muestra es facultativo para la autoridad investigadora y que dichos artículos establecen únicamente los criterios a seguir en caso de que la autoridad investigadora determine seleccionar una muestra. Finalmente, la Secretaría fundamentó y motivó su determinación de descartar la utilización de una muestra en los puntos 259 y 260 de la resolución preliminar.

Consideraciones Metodológicas

180. Los recubrimientos cerámicos son un bien diferenciado, ya que se pueden comercializar en diferentes formatos, modelos, colores, etc., por lo tanto, conforme a lo establecido en los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping y 39 párrafo primero del RLCE, la Secretaría estimó el margen de discriminación de precios por tipo de mercancía (código de producto). El tipo de mercancía se definió de manera específica para cada empresa a partir de la codificación de productos que manejan en su sistema contable.

181. La Secretaría decidió excluir del análisis de discriminación de precios aquellas transacciones de piezas especiales y porcelánicos o porcelanatos, en razón de lo que se describe en el punto 946 de esta Resolución.

182. De conformidad con lo establecido en el artículo 2.6 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría determinó márgenes de discriminación de precios para productos idénticos, es decir, productos vendidos en el mercado español iguales en todos los aspectos al producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos.

En este caso, la Secretaría estableció la comparación considerando lo señalado en el punto 180 de esta Resolución.

183. En lo referente a los productos para los cuales no existieron ventas en el mercado español o éstas no fueron representativas, la Secretaría calculó el margen de discriminación de precios con base en otro producto que, aunque no fuese igual en todos los aspectos, tuviera características muy parecidas a las del producto considerado, tal y como lo dispone el artículo 2.6 del Acuerdo Antidumping.

184. En lo que respecta a los productos similares, la empresa exportadora Roig Cerámica realizó un análisis del impacto del color en términos de los costos variables de cada código de producto y concluyó que al establecer los conjuntos de productos que solamente difieren en el color, manteniendo los demás aspectos constantes, el costo del esmalte entre uno y otro color efectivamente no debe originar diferencias significativas en costos variables.

Derivado de lo anterior, la empresa incluyó en las bases de datos las ventas realizadas en el mercado español de códigos de producto que difieren únicamente en los dígitos asociados al color para efectos de que la Secretaría pudiera utilizarlos en los casos en que no se tuvo el código de producto idéntico. Para aquellos productos en los que la empresa no contó con

códigos similares cuya diferencia fuera el color, propusieron como similares códigos de producto con diferencias en el color del decorado y en la serie del decorado.

185. Por otro lado, las demás empresas exportadoras propusieron a la Secretaría que considerara como productos similares aquellos códigos de producto seleccionados a partir de un estudio comparativo de las características técnicas tales como: A. nombre comercial, B. grupo ISO, C. uso, D. abrasión (grupo PEI), E. medidas, F. serie comercial y G. diseño. A partir de dicho estudio, las empresas exportadoras elaboraron una tabla de comparabilidad que incluyó los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus respectivos similares vendidos en el mercado español. Las empresas exportadoras dieron prioridad a aquellos productos que pertenecen a la misma serie o familia comercial, de forma que la identidad fuera lo más cercana posible al producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Finalmente, las empresas seleccionaron los códigos de productos considerando la equivalencia o similitud de los costos variables.

186. Asimismo, las empresas exportadoras relacionaron las características técnicas de los códigos de producto homólogos con los costos variables de los mismos y determinaron que aquellos productos que tienen el mismo formato y pertenecen a la misma serie compartan una misma estructura de costos variables, excepto en la fase de esmaltado y serigrafiado de la pieza en la que la estructura de costos es distinta para cada uno.

187. En función del razonamiento anterior, las empresas exportadoras señalaron que cuando un producto vendido en los Estados Unidos Mexicanos no ha sido comercializado en el Reino de España o sus ventas no han sido representativas, se buscaron todos los códigos de la serie y formato a los que pertenece la referencia vendida en los Estados Unidos Mexicanos y se incluyeron en la base de datos de valor normal todas las tonalidades vendidas de forma representativa en el mercado español, con su respectivo ajuste por diferencias físicas.

188. La Secretaría revisó la información aportada por cada empresa y pudo constatar que la diferencia entre los productos vendidos en el mercado español, similares a los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos, se debe al costo por esmaltes y serigrafiados y que esta diferencia es poco significativa. Esto se entiende en razón de que se comparan productos que comparten un mismo proceso de fabricación que utiliza la misma cantidad de arcilla, idénticos moldes empleados para prensar y compactar la arcilla, el mismo tiempo de cocción en el horno, temperatura y proceso de secado.

189. Por lo señalado en los puntos 184 a 188 de esta Resolución, la Secretaría consideró como apropiadas las metodologías propuestas tanto por la empresa Roig Cerámica como por las demás empresas exportadoras comparecientes, ya que se basaron en consideraciones objetivas que le permiten a la autoridad investigadora establecer una comparabilidad adecuada entre los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos y sus correspondientes similares vendidos en el mercado español, con fundamento en los artículos 2.4 y 2.6 del Acuerdo Antidumping y 39 y 56 del RLCE.

190. Sin embargo, para aquellos códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos para los que las empresas exportadoras no propusieron un producto similar ni presentaron información de terceros mercados o valor reconstruido, la Secretaría determinó basar sus conclusiones de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento, con fundamento en los artículos 6.8 del Acuerdo Antidumping y 54 de la LCE. Tales hechos se describen en el punto 906 de esta Resolución.

191. En los escritos de argumentos comunes presentados por las empresas exportadoras (con excepción de Roig Cerámica), éstas manifestaron que era procedente ajustar el valor normal por concepto de picking. Dicho concepto se refiere a la operación por medio de la cual se rompe o desarma un palet completo de un determinado código de producto para integrar una orden de menor volumen. De acuerdo con las explicaciones presentadas, el palet es la unidad de almacenamiento que por su eficiencia logística se emplea en la industria de los recubrimientos cerámicos, pues deja a los productos listos para su posterior

transporte terrestre y/o marítimo. Asimismo, afirman que prácticamente todo el producto que sale de las líneas de producción se arma y almacena en palets.

192. Al respecto, las empresas solicitantes afirmaron que no es procedente ajustar el valor normal por concepto de picking. En particular, argumentaron que la producción nacional no maneja el concepto antes señalado ya que los gastos de mano de obra, espacio en bodega y maquinaria de maniobra ya están considerados en el manejo de un palet normal y que, en su caso, el supuesto picking lo realizan los distribuidores grandes y medianos, pero no los productores. Adicionalmente, indicaron que si la Secretaría concluye que dicho ajuste sí procede, éste deberá efectuarse únicamente a los exportadores que acrediten que el monto de ajuste reportado proviene de sus registros contables.

193. Durante la visita de verificación llevada a cabo a la empresa exportadora Cerpa, la Secretaría pudo constatar la forma en que se realiza el picking, el espacio físico en el cual se desarrolla esta actividad, la mano de obra y la maquinaria y equipo utilizado por la empresa. Asimismo, a diferencia de lo que argumentan las solicitantes el concepto de picking se refiere, como ya se mencionó anteriormente, a la operación por medio de la cual se rompe o desarma un palet completo para determinado código de producto para armar otro palet integrado por diferentes códigos de menor volumen y no a la operación normal de la empresa en la que se forman palets cuando la mercancía sale de las líneas de producción.

194. De esta manera, la Secretaría aceptó el ajuste propuesto por las empresas exportadoras, sin embargo, consideró apropiado ajustar por el mismo concepto las ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos en virtud de que los razonamientos planteados por las empresas aplican también para aquellas ventas de exportación cuyos volúmenes se realizaron en cantidades inferiores a un palet, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE y 53 del RLCE.

195. Para la etapa final de la investigación las empresas exportadoras presentaron cifras del cálculo de su propio picking, a partir de datos que provienen de la información registrada en su contabilidad.

196. Las empresas exportadoras que no presentaron las cifras específicas obtenidas a partir de sus registros contables para calcular el monto asignable por picking, propusieron que se tomara el monto del ajuste a partir de los datos de un estudio realizado por una empresa consultora, al que se refiere el punto 271 de la resolución preliminar. Sin embargo, la Secretaría consideró como mejor información disponible el monto por concepto de picking calculado a la empresa Cerpa, ya que procede de información que fue verificada por la autoridad investigadora, con fundamento en el artículo 54 de la LCE.

197. Salvo indicación en contrario, la Secretaría no ajustó el precio de exportación ni el valor normal por concepto de flete y seguro debido a que los términos de venta especificados en las facturas correspondientes fueron ex-fábrica.

198. Con base en lo dispuesto en el artículo 32 de la LCE, la Secretaría eliminó las ventas realizadas entre partes relacionadas en el mercado del Reino de España a fin de calcular los márgenes de discriminación de precios correspondientes.

Azteca Gres

199. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azteca Gres exportó a los Estados Unidos Mexicanos 65 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

200. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la

participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

201. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE y 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables, por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

202. Azteca Gres explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

203. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

204. Durante el periodo de investigación, Azteca Gres realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 65 códigos de producto mencionados en el punto 199 de esta Resolución.

205. La Secretaría determinó que los 65 códigos de producto vendidos en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo *Antidumping* y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

206. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 65 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

207. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y *picking*, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables, por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

208. Azteca Gres explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

209. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

210. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 199 a 209 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio

de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azteca Gres, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Azu Vi

211. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azu Vi exportó a los Estados Unidos Mexicanos México 92 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

212. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

213. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables, por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Crédito

214. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

215. Durante el periodo de investigación, Azu Vi realizó ventas en el mercado del Reino de España de 76 de los 92 códigos de producto mencionados en el punto 211 de esta Resolución.

216. La Secretaría determinó que las ventas de 73 de los 76 códigos de producto en el mercado

del Reino de España cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

217. Respecto a los 16 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y a los 3 códigos cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

218. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 92 códigos de producto (73 idénticos y 19 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

219. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 92 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el

artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

220. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Crédito

221. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

222. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Azu Vi proporcionó el ajuste correspondiente por diferencias físicas. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

223. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 211 a 222 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azu Vi, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Azulejera La Plana y su empresa importadora relacionada Alaplana México

224. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azulejera La Plana exportó a los Estados Unidos Mexicanos 4 códigos de producto a través de su empresa relacionada Alaplana México.

Precio de exportación reconstruido

225. Debido a que Azulejera La Plana realizó exportaciones de 4 códigos de producto a través de su empresa vinculada Alaplana México, el precio de exportación se calculó conforme a la metodología de precio de exportación reconstruido a que se refieren los artículos 2.3 del Acuerdo Antidumping, 35 de la LCE y 50 del RLCE.

226. Por su parte, la empresa importadora Alaplana México vendió el producto comprado a Azulejera La Plana a través de otra empresa relacionada en el mercado mexicano. La empresa importadora identificó cada una de las ventas que sirvieron de base para el cálculo del precio de exportación reconstruido a partir de las ventas que realizó su empresa relacionada al primer cliente no relacionado.

227. De acuerdo con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping y 50 del RLCE, la Secretaría calculó el precio de exportación reconstruido a partir del precio al que la empresa relacionada de Alaplana México vendió el producto a clientes no relacionados. Para ello, dedujo de estos precios todos los gastos incurridos desde la exportación de la mercancía hasta su posterior venta al cliente no relacionado, incluido un monto por concepto de gastos

generales de venta y administración y financieros. Asimismo, dedujo un monto correspondiente a la utilidad generada por la importación y la distribución y venta del producto.

Deducciones al precio de exportación reconstruido

228. Conforme a lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE, la Secretaría consideró el precio de exportación neto de reembolsos y bonificaciones post-venta, adicionalmente calculó el monto de las deducciones con base en la información proporcionada por las empresas.

229. Para realizar una comparación equitativa con el valor normal, la Secretaría dedujo del precio al que vendió el producto la empresa Alaplana México, todos los gastos en los que se incurrió para la importación del producto y su posterior venta al cliente no relacionado, así como un monto por concepto de gastos generales y utilidad obtenida por Alaplana México y por su empresa relacionada por las actividades de importación y distribución del producto objeto de investigación, de conformidad con los artículos 2.3 y 2.4 del Acuerdo Antidumping, 35 de la LCE y 50 del RLCE.

230. Los gastos en los que se incurrió entre la exportación de Azulejera La Plana y la importación de la mercancía por Alaplana México, se calcularon a partir de la información específica de cada una de las transacciones de importación. Los gastos considerados fueron: gastos aduanales, arancel ad-valorem, derecho de trámite aduanero, fletes y seguros de la frontera a las instalaciones de la empresa importadora.

231. Alaplana México calculó los gastos generales de venta, administración y financieros considerando la información disponible en los estados financieros propios así como los de su empresa relacionada en los Estados Unidos Mexicanos. En particular, la empresa calculó los montos aplicables a cada transacción por medio de multiplicar el valor de cada operación por el factor que resulta de dividir el monto total de dichos gastos entre el valor total de las ventas de la empresa, incluyendo la parte correspondiente a los gastos efectuados por su empresa relacionada. La Secretaría aceptó las cifras y la metodología propuesta por la empresa.

232. La Secretaría no ajustó el precio de exportación reconstruido por concepto de crédito de las ventas de recubrimientos cerámicos de la empresa importadora al primer cliente no relacionado debido a que dicha deducción está incluida en el rubro de gastos financieros de Alaplana México y en el de su empresa relacionada, por lo tanto, incluirlo como una deducción a este precio implicaría una superposición, de acuerdo con lo dispuesto en la nota al pie de página 7 del Acuerdo Antidumping.

233. En la reconstrucción del precio de exportación, la Secretaría debe considerar un monto por la utilidad que se genera con motivo de la importación y distribución, con fundamento en los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping y 50 del RLCE.

234. La importadora calculó el monto de utilidad aplicable considerando la información disponible en sus estados financieros y los de su empresa relacionada. En particular, la empresa calculó los montos aplicables a cada transacción por medio de multiplicar el valor de cada operación por el factor que resulta de dividir el monto total de utilidad entre el valor total de las ventas de la empresa. La Secretaría aceptó las cifras y la metodología propuesta por la empresa.

235. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto.

La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el volumen total de cada código de producto vendido al primer cliente no relacionado.

Ajustes

236. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de flete y seguro externo y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa exportadora no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Flete y seguro externos

237. Azulejera La Plana calculó el ajuste por flete y seguro externos a partir de los datos específicos de cada venta de exportación a su empresa relacionada en las cuales se erogó

dicho concepto. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

238. La Secretaría no realizó un ajuste por crédito al precio de venta entre partes vinculadas, debido a que en la consolidación que realiza la empresa exportadora con su empresa importadora relacionada se cancelan cuentas relacionadas con las transacciones entre dichas compañías, tal es el caso de los ingresos por intereses contra los gastos por el mismo concepto; en consecuencia, el financiamiento que otorgó Azulejera La Plana en sus ventas a su empresa vinculada no puede considerarse como un gasto efectivo.

Valor normal

239. Durante el periodo de investigación, Azulejera La Plana realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 4 códigos de producto a los que se refiere el punto 224 de esta Resolución.

240. La Secretaría determinó que los 4 códigos de producto vendidos en el mercado del Reino de España cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

241. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 4 códigos de producto según el precio de venta en el país de origen.

242. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

243. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, seguro, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa exportadora no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

244. Azulejera La Plana explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Seguro

245. La empresa exportadora explicó que este concepto corresponde al pago de las liquidaciones de las primas de las compañías aseguradoras durante el periodo de investigación y lo asignó a cada factura de venta de exportación. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

246. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

247. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 224 a 246 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de

la TIGIE, provenientes de la empresa Azulejera La Plana, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 2.24 por ciento.

Azulejera Técnica

248. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azulejera Técnica exportó a los Estados Unidos Mexicanos 23 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

249. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

250. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

251. Azulejera Técnica explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

252. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

253. Durante el periodo de investigación, Azulejera Técnica realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 23 códigos de producto mencionados en el punto 248 de esta Resolución.

254. La Secretaría determinó que los 23 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

255. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 23 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

256. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

257. Azulejera Técnica explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de

comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

258. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

259. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 248 a 258 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azulejera Técnica, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Azulejos Cabrera

260. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azulejos Cabrera exportó a los Estados Unidos Mexicanos 7 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

261. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

262. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Crédito

263. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

264. Durante el periodo de investigación, Azulejos Cabrera realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 7 códigos de producto mencionados en el punto 260 de esta Resolución.

265. La Secretaría determinó que los 7 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

266. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 7 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

267. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

268. Azulejos Cabrera explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

269. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

270. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 260 a 269 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azulejos Cabrera, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Azulejos Plaza

271. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azulejos Plaza exportó a los Estados Unidos Mexicanos 17 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

272. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

273. En el segundo periodo probatorio, la empresa explicó que cometió dos errores en la base de datos de precio de exportación. El primero se refiere a que para una transacción la empresa repitió en la columna de cantidad la cifra correspondiente al valor. El segundo corresponde a un error de captura de un código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Para documentar lo anterior, la empresa presentó copia simple de las facturas en las que se indican la cantidad realmente vendida y la descripción del producto correcto. La Secretaría aceptó el cambio propuesto con base en la información proporcionada por la empresa.

Ajustes

274. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

275. Azulejos Plaza explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

276. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros.

La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

277. Durante el periodo de investigación, Azulejos Plaza realizó ventas en el mercado del Reino de España de 16 de los 17 códigos de producto mencionados en el punto 271 de esta Resolución.

278. La Secretaría determinó que las ventas de 15 de los 16 códigos de producto en el mercado del Reino de España cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2

del Acuerdo Antidumping.

279. Respecto al código de producto que no tuvo su idéntico comparable, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación del código exportado a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

280. En relación con el código de producto cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa manifestó que no encontró un código de producto similar y por lo tanto optó por presentar una base de datos en la que se incluyen todas las ventas a terceros países del producto idéntico al exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría aceptó la propuesta de la empresa y seleccionó las ventas al tercer país que registró el precio más alto y cuyas ventas resultaron representativas, con fundamento en los artículos 2.2 del Acuerdo Antidumping y 31 de la LCE.

281. Conforme a lo previsto en los artículos citados en el punto anterior, la Secretaría estableció el valor normal para 16 códigos de producto según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares, mientras que para el código de producto restante con base en los precios de venta a un tercer país.

282. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 17 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

283. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

284. Azulejos Plaza explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español y a terceros mercados de exportación. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La

Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

285. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

286. Para el código de producto en el que la empresa propuso la comparación con códigos similares al exportado a los Estados Unidos Mexicanos, Azulejos Plaza proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables del código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

287. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 271 a 286 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azulejos Plaza, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Azulejos Vives

288. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azulejos Vives exportó a los Estados Unidos Mexicanos 18 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

289. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

290. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por concepto de crédito, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE.

Crédito

291. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros.

La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

292. Durante el periodo de investigación, Azulejos Vives realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 18 códigos de producto mencionados en el punto 288 de esta Resolución.

293. La Secretaría determinó los 18 códigos de producto vendidos en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

294. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 18 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

295. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y manejo de mercancía, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE.

Comisiones

296. Azulejos Vives explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

297. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros.

La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Manejo de mercancía

298. La empresa propuso ajustar el valor normal por concepto de manejo de mercancía. Al respecto, presentó cifras que provienen de su contabilidad así como facturas para respaldar los datos presentados.

La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

299. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 288 a 298 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azulejos Vives, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Azulev

300. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azulev exportó a los Estados Unidos Mexicanos 6 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

301. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

302. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por el concepto de crédito y picking de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Crédito

303. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa propuso utilizar la tasa aplicable al mes de junio de 2001 publicada por el Banco de España. La Secretaría aceptó la fuente de la información, sin embargo, calculó la tasa de interés promedio aplicable al periodo de investigación.

Valor normal

304. Durante el periodo de investigación, Azulev realizó ventas en el mercado del Reino de España de 5 de los 6 códigos de producto mencionados en el punto 300 de esta Resolución.

305. La Secretaría determinó que los 5 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

306. Respecto al código de producto que no tuvo su idéntico comparable, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para probar lo anterior, la empresa proporcionó documentación en la que se indica la homologación del código exportado a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

307. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 6 códigos de producto (5 idénticos y 1 similar) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

308. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 6 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

309. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

310. Azulev explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

311. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa propuso utilizar la tasa aplicable al mes de junio de 2001, publicada por el Banco de España. La Secretaría aceptó la fuente de la información, sin embargo, calculó la tasa de interés promedio aplicable al periodo de investigación.

Diferencias físicas

312. Para el código de producto en el que la empresa propuso la comparación con códigos similares al exportado a los Estados Unidos Mexicanos, Azulev proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables del código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

313. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 300 a 312 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azulev se realizaron con un margen de discriminación de precios de mínimos, conforme a lo dispuesto en el artículo 5.8 del Acuerdo Antidumping.

Azuliber

314. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Azuliber exportó a los Estados Unidos Mexicanos 16 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

315. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

316. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Crédito

317. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

318. Durante el periodo de investigación, Azuliber realizó ventas en el mercado del Reino de España de 13 de los 16 códigos de producto mencionados en el punto 314 de esta Resolución.

319. La Secretaría determinó que los 13 códigos de producto vendidos en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

320. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 13 códigos de producto según el precio de venta en el país de origen.

321. Respecto a los 3 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, de acuerdo a lo descrito en el punto 190 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

322. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 13 códigos de producto a los que se refiere el punto 320 de esta Resolución, a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE.

Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

323. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

324. Azuliber explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

325. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros.

La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

326. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 314 a 325 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azuliber se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerámicas Gaya

327. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámicas Gaya exportó a los Estados Unidos Mexicanos 83 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

328. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

329. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de seguro, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Seguro

330. Cerámicas Gaya explicó que este concepto corresponde al pago de las liquidaciones de las primas de las compañías aseguradoras durante el periodo de investigación y lo asignó a cada factura de venta de exportación. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

331. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

332. Durante el periodo de investigación, Cerámicas Gaya realizó ventas en el mercado del Reino de España de 50 de los 83 códigos de producto mencionados en el punto 327 de esta Resolución.

333. La Secretaría determinó que los 50 códigos de producto vendidos en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

334. Respecto a los 33 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

335. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 83 códigos de producto (50 idénticos y 33 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

336. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 83 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

337. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de flete, seguro, comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Flete

338. Cerámicas Gaya calculó el ajuste por flete a partir de los datos específicos de cada venta en su mercado interno en las cuales se erogó dicho concepto. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Seguro

339. Cerámicas Gaya explicó que este concepto corresponde al pago de las liquidaciones de las primas de las compañías aseguradoras durante el periodo de investigación y lo asignó a cada factura de venta en el mercado interno. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Comisiones

340. Cerámicas Gaya explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

341. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

342. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Cerámicas Gaya proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

343. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 327 a 342 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámicas Gaya, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 4.79 por ciento.

Cerámica Gómez

344. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámica Gómez exportó a los Estados Unidos Mexicanos 3 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

345. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

346. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Crédito

347. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

348. Durante el periodo de investigación, Cerámica Gómez realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 3 códigos de producto mencionados en el punto 344 de esta Resolución.

349. La Secretaría determinó que los 3 códigos de producto vendidos en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

350. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 3 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

351. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

352. Cerámica Gómez explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

353. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

354. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 344 a 353 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámica Gómez, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerámica Nulense

355. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámica Nulense exportó a los Estados Unidos Mexicanos 213 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

356. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de

cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

357. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

358. Cerámica Nulense explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

359. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa propuso utilizar la tasa aplicable al mes de junio de 2001, publicada por el Banco de España. La Secretaría aceptó la fuente de la información, sin embargo, calculó la tasa de interés promedio aplicable al periodo de investigación.

Valor normal

360. Durante el periodo de investigación, Cerámica Nulense realizó ventas en el mercado del Reino de España de 144 de los 213 códigos de producto mencionados en el punto 355 de esta Resolución.

361. La Secretaría determinó que las ventas de 140 de los 144 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

362. Respecto a los 69 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y los 4 códigos cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

363. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para 213 códigos de producto (140 idénticos y 73 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

364. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 213 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

365. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de

conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

366. Cerámica Nulense explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

367. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa propuso utilizar la tasa aplicable al mes de junio de 2001, publicada por el Banco de España. La Secretaría aceptó la fuente de la información, sin embargo, calculó la tasa de interés promedio aplicable al periodo de investigación.

Diferencias físicas

368. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Cerámica Nulense proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos, así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

369. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 355 a 368 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámica Nulense, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerámica Saloni

370. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámica Saloni exportó a los Estados Unidos Mexicanos 133 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

371. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

372. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito, manejo y embalaje, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. Lo ajustes propuestos fueron verificados durante la visita a la empresa exportadora a la que se refiere el punto 152 de esta Resolución.

Crédito

373. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Manejo y embalaje

374. La empresa propuso ajustar el precio de exportación por concepto de manejo y embalaje. Al respecto, presentó cifras que provienen de su contabilidad para respaldar los datos presentados por ella. La Secretaría aceptó los ajustes de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

375. Durante el periodo de investigación, Cerámica Saloni realizó ventas en el mercado del Reino de España de 131 de los 133 códigos de producto a los que se refiere el punto 370 de esta Resolución.

376. La Secretaría determinó que las ventas de 129 de los 131 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

377. Respecto a los 2 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y los 2 cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares. Durante la visita de verificación se pudo constatar que las diferencias físicas entre los códigos propuestos como similares y los exportados a los Estados Unidos Mexicanos fueron marginales por lo que la Secretaría los consideró para efectos del cálculo del valor normal, con fundamento en los artículos 2.4 y 2.6 del Acuerdo Antidumping y 39 y 56 del RLCE.

378. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 133 códigos de producto (129 idénticos y 4 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

379. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 133 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

380. En sus comentarios a la resolución preliminar la empresa manifestó que la Secretaría no había considerado el ajuste por reembolsos por rappel y que este ajuste era diferente al denominado ajuste por diferencial de rappel. Al respecto, la Secretaría pudo constatar durante la visita de verificación que efectivamente se trataba de ajustes diferentes y que procedía llevar a cabo el ajuste solicitado por la empresa.

Ajustes aceptados

381. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, manejo y embalaje, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. Los ajustes propuestos fueron verificados durante la visita a la empresa exportadora a la que se refiere el punto 152 de esta Resolución.

Comisiones

382. Cerámica Saloni explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

383. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Manejo y embalaje

384. La empresa propuso ajustar el valor normal por concepto de manejo y embalaje. Al respecto, presentó cifras que provienen de su contabilidad para respaldar los datos presentados por ella. La Secretaría aceptó los ajustes de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Ajustes desestimados

385. La empresa propuso ajustar el valor normal por los conceptos de diferencias en cantidades, diferencial en cantidades por rappel efectivamente pagado, mantenimiento externo de exposiciones y campaña de publicidad en el Reino de España.

Diferencias en cantidades y diferencial en cantidades por rappel efectivamente pagado

386. La Secretaría desestimó aplicar estos ajustes en razón de que la empresa exportadora no demostró que los ajustes cumplen con lo dispuesto en el párrafo I del artículo 55 del RLCE ya que no demostró que los precios varían inversamente con respecto a las cantidades vendidas en ambos mercados, ni estableció los estratos para los cuales aplica los ajustes propuestos; de esta manera, la Secretaría no estuvo en posibilidad de calcular el margen de dumping considerando cada estrato como lo dispone el artículo señalado.

Mantenimiento externo de exposiciones y campaña de publicidad en el Reino de España

387. La Secretaría desestimó aplicar estos ajustes ya que la empresa no demostró que no corresponden a gastos de carácter general, tal y como se indica en el último párrafo del artículo 54 del RLCE.

Margen de discriminación de precios

388. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 370 a 387 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámica Saloni, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerámica Vives

389. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámica Vives exportó a los Estados Unidos Mexicanos 23 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

390. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

391. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por concepto de crédito, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE.

Crédito

392. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

393. Durante el periodo de investigación, Cerámica Vives realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 23 códigos de producto mencionados en el punto 389 de esta Resolución.

394. La Secretaría determinó que las ventas de los 23 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

395. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 23 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas

realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

396. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y manejo de mercancía, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE.

Comisiones

397. Cerámica Vives explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

398. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Manejo de mercancía

399. La empresa propuso ajustar el valor normal por concepto de manejo de mercancía. Al respecto, presentó cifras que provienen de su contabilidad, así como facturas para respaldar los datos presentados. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

400. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 389 a 399 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámica Vives, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerámicas Azahar

401. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámicas Azahar exportó a los Estados Unidos Mexicanos 132 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

402. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

403. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

404. Cerámicas Azahar explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

405. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa propuso utilizar la tasa aplicable al mes de junio de 2001, publicada por el Banco de España. La Secretaría aceptó la fuente de la información, sin embargo, calculó la tasa de interés promedio aplicable al periodo de investigación.

Valor normal

406. Durante el periodo de investigación, Cerámicas Azahar realizó ventas en el mercado del Reino de España de 81 de los 132 códigos de producto a los que se refiere el punto 401 de esta Resolución.

407. La Secretaría determinó que las ventas de 63 de los 81 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

408. Respecto a los 51 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y a los 18 códigos cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa solamente presentó las ventas en el mercado interno de 4 códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar los datos de los 4 códigos reportados, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

409. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 67 códigos de producto (63 idénticos y 4 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

410. Respecto a los 65 códigos de producto para los que no hubo ventas o cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, de acuerdo a lo descrito en el punto 190 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

411. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 67 códigos de producto a los que se refiere el punto 409 de esta Resolución, a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

412. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

413. Cerámicas Azahar explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

414. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa propuso utilizar la tasa aplicable al mes de junio de 2001, publicada por el Banco de España. La Secretaría aceptó la fuente de la información, sin embargo, calculó la tasa de interés promedio aplicable al periodo de investigación.

Diferencias físicas

415. Para los 4 códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Cerámicas Azahar proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de

producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos, así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

416. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 401 a 415 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámicas Azahar, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerámicas Fanal

417. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerámicas Fanal exportó a los Estados Unidos Mexicanos 29 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

418. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

419. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones y crédito, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE.

Comisiones

420. Cerámicas Fanal explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

421. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

422. Durante el periodo de investigación, Cerámicas Fanal realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 29 códigos de producto a los que se refiere el punto 417 de esta Resolución.

423. La Secretaría determinó que las ventas de los 29 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

424. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 29 códigos de producto según el precio de venta en el país de origen.

425. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los códigos señalados en el punto anterior, a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el

mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

426. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones y crédito, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE.

Comisiones

427. Cerámicas Fanal explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

428. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

429. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 417 a 428 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámicas Fanal se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerpa

430. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerpa exportó a los Estados Unidos Mexicanos 123 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

431. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

432. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución. Los ajustes propuestos fueron verificados durante la visita a la empresa exportadora a la que se refiere el punto 152 de esta Resolución.

Crédito

433. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

434. Durante el periodo de investigación Cerpa realizó ventas en el mercado del Reino de España de 109 de los 123 códigos de producto a los que se refiere el punto 430 de esta Resolución.

435. La Secretaría determinó que las ventas de 94 de los 109 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

436. Respecto a los 14 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y los 15 cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de 17 códigos de producto similares. A partir de una muestra de códigos de producto seleccionada por la Secretaría, en el oficio de notificación de la visita de verificación, se pudo constatar que las diferencias físicas entre los códigos propuestos como similares y los exportados a los Estados Unidos Mexicanos fueron marginales por lo que la Secretaría los consideró válidos para efectos del cálculo del valor normal, con fundamento en los artículos 2.4 y 2.6 del Acuerdo Antidumping y 39 y 56 del RLCE.

437. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 111 códigos de producto (94 idénticos y 17 similares) según el precio de venta en el país de origen.

438. Respecto a los 12 códigos de producto restantes para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España o cuyo volumen de ventas en el mismo mercado fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, de acuerdo a lo descrito en el punto 190 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

439. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 111 códigos de producto a los que se refiere el punto 437 de esta Resolución, a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

440. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE y 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución. Los ajustes propuestos fueron verificados durante la visita a la empresa exportadora a la que se refiere el punto 152 de esta Resolución.

Crédito

441. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

442. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 430 a 441 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerpa, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cerypsa

443. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cerypsa exportó a los Estados Unidos Mexicanos 38 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

444. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos.

La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

445. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Crédito

446. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

447. Durante el periodo de investigación, Cerypsa realizó ventas en el mercado del Reino de España de 34 de los 38 códigos de producto a los que se refiere el punto 443 de esta Resolución.

448. La Secretaría determinó que las ventas de 33 de los 34 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

449. Respecto a los 4 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y aquél cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

450. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 38 códigos de producto (33 idénticos y 5 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

451. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 38 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

452. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de seguro, comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Seguro

453. Cerypsa explicó que este concepto corresponde al gasto de seguro que eroga la empresa en caso de impago en sus ventas en el mercado español. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Comisiones

454. Cerypsa explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

455. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

456. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Cerypsa proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos, así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

457. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 443 a 456 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerypsa se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Colorker

458. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Colorker exportó a los Estados Unidos Mexicanos 8 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

459. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

460. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Crédito

461. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

462. Durante el periodo de investigación, Colorker realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 8 códigos de producto mencionados en el punto 458 de esta Resolución.

463. La Secretaría determinó que las ventas de los 8 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping y estableció el valor normal según el precio de venta en el país de origen.

464. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 8 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación; la ponderación refiere la participación del volumen de cada una de las transacciones en el total del volumen de las ventas realizadas por código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

465. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

466. Colorker explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

467. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

468. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 458 a 467 de esta resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Colorker, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Cristal Cerámicas

469. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Cristal Cerámicas exportó a los Estados Unidos Mexicanos 47 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

470. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

471. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

472. Cristal Cerámicas explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión

correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

473. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado, calculada a partir de sus estados financieros. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

474. Durante el periodo de investigación, Cristal Cerámicas realizó ventas en el mercado del Reino de España de 44 de los 47 códigos de producto mencionados en el punto 469 de esta Resolución.

475. La Secretaría determinó que las ventas de 43 de los 44 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

476. Respecto a los 3 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y aquel código cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

477. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 47 códigos de producto (43 idénticos y 4 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

478. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 47 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

479. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

480. Cristal Cerámicas explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

481. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

482. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Cristal Cerámicas proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de

los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos, así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

483. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 469 a 482 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cristal Cerámicas, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Dual Gres

484. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Dual Gres exportó a los Estados Unidos Mexicanos 40 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

485. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

486. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

487. Dual Gres explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

488. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

489. Durante el periodo de investigación, Dual Gres realizó ventas en el mercado del Reino de España de 32 de los 40 códigos de producto a los que se refiere el punto 484 de esta Resolución.

490. La Secretaría determinó que las ventas de 30 de los 32 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

491. Respecto a los 8 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y a los 2 códigos cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

492. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 40 códigos de producto (30 idénticos y 10 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

493 La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 40 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado, neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

494. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

495. Dual Gres explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

496. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

497. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Dual Gres proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos, así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

498. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 484 a 497 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Dual Gres se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Garogres

499. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Garogres exportó a los Estados Unidos Mexicanos 108 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

500. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

501. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

502. Garogres explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

503. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

504. Durante el periodo de investigación, Garogres realizó ventas en el mercado del Reino de España de 92 de los 108 códigos de producto a los que se refiere el punto 499 de esta Resolución.

505. La Secretaría determinó que las ventas de los 92 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

506. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 92 códigos de producto según el precio de venta en el país de origen.

507. Respecto a los 16 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, de acuerdo a lo descrito en el punto 190 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

508. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 92 códigos de producto a los que se refiere el punto 506 de esta Resolución, a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

509. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa no proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en el punto 196 de esta Resolución.

Comisiones

510. Garogres explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

511. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

512. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 499 a 511 de esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Garogres se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Gresitec

513. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Gresitec exportó a los Estados Unidos Mexicanos 68 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

514. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

515. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

516. Gresitec explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

517. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Valor normal

518. Durante el periodo de investigación, Gresitec realizó ventas en el mercado del Reino de España de 29 de los 68 códigos de producto a los que se refiere el punto 513 de esta Resolución.

519. La Secretaría determinó que las ventas de 27 de los 29 códigos de producto en el mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota al pie de página 2 del Acuerdo Antidumping.

520. Respecto a los 39 códigos de producto que no tuvieron su idéntico comparable y a los 2 códigos cuyo volumen de ventas en el mercado español fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa presentó las ventas en el mercado interno de los códigos de producto similares, seleccionados de acuerdo con la metodología descrita en los puntos 183 a 189 de esta Resolución. Para documentar lo anterior, la empresa proporcionó información en la que se indica la homologación de los códigos exportados a los Estados Unidos Mexicanos y los propuestos como similares vendidos en el mercado español, así como sus correspondientes costos variables. La Secretaría aceptó la información y pruebas proporcionadas por la empresa exportadora para utilizar los códigos similares propuestos.

521. Conforme a lo previsto en los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping y 31 primer párrafo de la LCE, la Secretaría estableció el valor normal para los 68 códigos de producto (27 idénticos y 41 similares) según el precio de venta en el país de origen de los códigos de producto idénticos y similares.

522. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 68 códigos de producto a partir del precio promedio ponderado de las transacciones realizadas durante el periodo de investigación en el mercado español, 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 código de producto, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 39 y 40 del RLCE. Con fundamento en el artículo 51 del RLCE, se consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones otorgados en cada transacción.

Ajustes

523. La Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito, diferencias físicas y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 56 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

524. Gresitec explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado español. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

525. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Diferencias físicas

526. Para los códigos de producto en los que la empresa propuso la comparación con códigos similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, Gresitec proporcionó el ajuste por diferencias físicas correspondiente. En particular, la empresa comparó los costos variables de cada uno de los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos con sus correspondientes similares vendidos en el mercado del Reino de España. Las diferencias en los costos variables se aplicaron a los precios de venta de los códigos similares. Para documentar lo anterior, la empresa presentó las fichas de aplicación y estructuras de costos en donde se desglosan los distintos materiales que componen los productos, así como su costo por metro cuadrado. La Secretaría aceptó el ajuste por diferencias físicas de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Margen de discriminación de precios

527. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 513 a 526 esta Resolución y con fundamento en los artículos 2.4.2 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 y 39 del RLCE, la Secretaría calculó la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación en relación con este último y determinó que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Gresitec, se realizaron con un margen de discriminación de precios equivalente a cero.

Halcón Cerámicas

528. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 180 y 181 de esta Resolución, Halcón Cerámicas exportó a los Estados Unidos Mexicanos 165 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

Precio de exportación

529. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para cada uno de los códigos de producto identificados en el punto anterior. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada transacción en el total del volumen de cada código de producto exportado a los Estados Unidos Mexicanos. La Secretaría consideró el precio efectivamente pagado neto de reembolsos y bonificaciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 51 del RLCE.

Ajustes

530. La Secretaría aceptó ajustar el precio de exportación por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de comisiones, crédito y picking, de conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking, la empresa proporcionó el cálculo a partir de información proveniente de sus registros contables por lo que la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 191 a 195 de esta Resolución.

Comisiones

531. Halcón Cerámicas explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas a los Estados Unidos Mexicanos. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

Crédito

532. La empresa calculó el plazo a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de la factura de cada transacción. En lo referente a la tasa de interés, la empresa utilizó la tasa promedio aplicable a sus pasivos de corto plazo durante el periodo investigado. La Secretaría aceptó el ajuste por crédito de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

(Continúa en la Tercera Sección)