

## **TERCERA SECCION**

### **SECRETARIA DE ECONOMIA**

(Viene de la Segunda Sección)

**150.1.** Para acreditar lo anterior dicha empresa presentó:

- A.** Copia de documento único aduanero para las ventas a los Estados Unidos Mexicanos y certificados de clientes.
- B.** Liquidaciones de cuentas de crédito en el primer semestre de 2001.
- C.** Copia de facturas de cajas, palets, flejes, fundas y nóminas.
- D.** Copia de facturas p or comisiones.
- E.** 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.
- F.** Listado de códigos de producto.
- G.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- H.** Valor normal de enero a junio de 2001.
- I.** Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- J.** Indicadores de la empresa exportadora para 1999, 2000 y 2001.
- K.** Descripción de ajustes de los cuadros 2.A y 3.A.

**151.2.** Cerámicas Gaya presentó lo siguiente:

- A.** Respecto a las discrepancias existentes entre los totales por mercado reportados en el anexo 1 y los totales del diagrama 1, se han modificado los valores de las bases de datos convirtiéndolos a dólares de los Estados Unidos de América, utilizando el tipo de cambio mensual publicado por el Banco de España.
- B.** En la información presentada se ha utilizado el tipo de cambio mensual conforme a la tabla publicada por el Banco de España.
- C.** Ninguno de los ajustes realizados proceden de un prorrateo, sino de datos concretos.
- D.** Hace suyos los argumentos presentados en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**152.3.** Para acreditar lo anterior, esta empresa presentó:

- A.** Documentos que contienen las tasas de interés aplicadas en 2001.
- B.** Informe de auditoría al 31 de diciembre de 2001.
- C.** Copia de certificado ISO 9001.
- D.** Informe de algunas características de las baldosas esmaltadas, elaborado por un laboratorio en el Reino de España.
- E.** Copia de facturas de venta en el mercado interno en el periodo investigado.
- F.** Copia de contrato mercantil.
- G.** Pagos por comisiones de enero a junio de 2001.
- H.** Listado de albaranes de ventas y copia de facturas de transporte.
- I.** Documento que acredita el ajuste por seguro correspondiente a los meses de febrero, junio y agosto de 2001.
- J.** Copia de documento único aduanero.
- K.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- L.** Valor normal de enero a junio de 2001.
- M.** Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno, y a otros países de exportación distintos de los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- N.** Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- O.** Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.

- P. Tipo de cambio mensual de 1999 a 2001.
- Q. Tabla de comparabilidad de códigos similares.
- R. Relación de facturas de abono con aquellas que les dieron origen.
- S. Relación de comisionistas.
- T. Diagrama de ventas totales del corporativo.

**153.4.** Cerámica Gómez manifestó lo siguiente:

- A. Las discrepancias existentes entre los totales por mercados reportados en el anexo 1 y los totales del diagrama 1 corresponden a errores de interpretación debidos a la dificultad del formulario, las cuales han sido subsanadas en las nuevas bases de datos.
- B. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro de la mercancía.
- C. Las ventas al mercado interno de códigos de producto iguales o similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos son representativas en los términos del Acuerdo Antidumping.

**154.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano y documento único aduanero, correspondientes al periodo investigado.
- B. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en el mercado 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 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. Relación de códigos de producto empleados en codificaciones.
- H. Explicaciones en factores de conversión.
- I. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- J. Relación de transacciones con cifras negativas.

**155.5.** Cerámica Nulense manifestó lo siguiente:

- A. La relación existente entre Cerámica Nulense y cada una de sus 3 comercializadoras es que ésta se dedica única y exclusivamente a la fabricación de pavimentos y revestimientos cerámicos.
- B. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta destino, al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- C. La información reportada a la Secretaría se volcó en los archivos de Excel mediante el proceso de datos proveniente de nuestros sistemas informáticos y contables.
- D. Resulta imposible valorar, por la inexistencia de estudios internos y detallados respecto a los costos variables individualizados por código de producto, las mínimas diferencias en coste que pudieran resultar de los productos reportados como similares.
- E. Respecto al soporte documental de la tasa de interés que se empleó para el ajuste por crédito, éste se encuentra en las cuentas anuales y los balances financieros que se presentaron en el requerimiento anterior junto a una amplia explicación del cálculo de dicho interés.
- F. Hace suya la información presentada en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**156.6.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Relación de empresas por comisionista.
- B. Relación de comisiones pagadas de enero a junio de 2001.

- 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. 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. Valor normal de enero a junio de 2001.

157. Cerámica Saloni manifestó lo siguiente:

- A. Cerámica Saloni fabrica y exporta los productos a los Estados Unidos Mexicanos a través de la sociedad Recubre, S.A. de C.V. Sin embargo los productos que ofrece se dirigen a un mercado muy específico.
- B. En el anexo 2A se introdujo el factor de conversión de piezas a metros; en la copia del anexo que se entregó inicialmente se omitió dicho factor.
- C. El tipo de cambio utilizado es introducido en el sistema contable de Cerámica Saloni diariamente.
- D. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro de la mercancía.
- E. Con respecto a las transacciones de valor normal en el mercado interno, no se puede probar un hecho negativo.
- F. Se amplía la información que demuestra la vinculación del corporativo de conformidad con el artículo 61 del RLCE, ya que todas las empresas son de la misma familia.
- G. Hace suya la información presentada en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

158. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Tipo de cambio de enero a junio de 2001.
- B. Cartas de fechas 3, 10, 11, 14 de octubre de 2002 de clientes y empresas transportistas.
- C. Información sobre la constitución social de las empresas del grupo.
- D. Reporte de movimientos de la contabilidad general de enero a junio de 2001.
- E. Liquidación de créditos de enero a junio de 2001.
- F. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano con sus conocimientos de embarque correspondientes al periodo investigado.
- G. Listado de comisiones y documentos diversos para acreditar el pago de dichas comisiones, de enero a junio de 2001.
- H. Contrato de concesión mercantil del 1 de enero de 1999.
- I. Tabla comparativa de códigos de producto.
- J. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en el mercado de exportación distinto a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- K. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- L. Notas explicativas respecto de los códigos de producto vendidos en el mercado interno y exportados a los Estados Unidos Mexicanos.
- 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. Valor normal de enero a junio de 2001.

159.7. Cerpa manifestó lo siguiente:

- A. Efectivamente existe una diferencia entre el total presentado en el anexo 1 y en el diagrama 1 ya que la información que de forma agregada mes a mes relacionamos en el anexo 1, nuestro sistema informático la obtiene en pesetas/euros por tratarse de moneda española y en base a la

cual está configurado el mismo; para convertir estos datos obtenidos en nuestra moneda a dólares utilizamos datos del tipo de cambio medio mensual del Banco de España.

- B.** Por otro lado, en la base de datos para poder obtener el detalle transacción por transacción, debemos llegar a través de programas informáticos al detalle línea a línea de todas las facturas de venta a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo investigado, estando estas líneas valoradas en dólares, por lo que se tomó en cuenta un tipo de cambio de conversión interno con el que se convirtió posteriormente la información del anexo 1.
- C.** Se realizó la conversión de piezas a metros cuadrados; la forma de obtener el volumen de las reportadas a metros cuadrados se ha efectuado extrayendo de nuestro sistema informático el formato individual de cada pieza y aplicando la fórmula lado por lado/10000. El resultado de esta fórmula se multiplicó por el total de piezas de la transacción y se obtuvo el total de metros cuadrados. En las facturas a los Estados Unidos Mexicanos a solicitud de nuestros clientes ya se indica a efectos informativos a cuántos metros cuadrados equivalen las piezas vendidas pero la unidad comercial es la pieza y así es como son facturadas.
- D.** El incoterm ex fábrica significa que el vendedor hace entrega de la mercancía situándola a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir ningún coste o responsabilidad adicional por el transporte. Esto implica que el título y riesgo de la mercancía pasan desde este punto y hasta el destino al comprador nacional o en su caso al importador internacional, quien asume el coste del transporte o en su caso al importador internacional, quien asume el coste del transporte y seguro del mismo si es contratado.
- E.** Toda la información que se proporcionó a la Secretaría se extrajo de nuestro sistema informático, con la ayuda de un técnico programador externo de la empresa. El software que utiliza la empresa actualmente ha sido desarrollado para el sector cerámico por una compañía proveedora de este tipo de programas y está basado en una base de datos de dimensiones extraordinarias donde se identifican completamente nuestros artículos y donde se agregan todos los movimientos diarios de almacén, carga, facturación y contabilidad. Asimismo, nuestra contabilidad, resultado en parte del proceso informático señalado, está auditada.
- F.** El ajuste por manejo (picking) es un ajuste realizado por prorrateo.
- G.** Todos los códigos indicados en el anexo correspondiente como similares tienen su correspondiente reporte transacción por transacción en la base de datos de las ventas al mercado interno del Reino de España. Se trata de productos muy similares y equiparables.
- H.** Para todos los productos similares que se han identificado en la respuesta a este requerimiento no es necesario hacer ajuste alguno puesto que estos nuevos códigos ya aparecen reportados en la base de datos como los más equiparables posibles.
- I.** Presenta argumentos en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**160.8.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A.** Conversión de piezas a metros cuadrados.
- B.** Correlación de códigos de producto.
- 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.** 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.** Valor normal de enero a junio de 2001.

**161.9.** Cerypsa manifestó lo siguiente:

- A.** El incoterm ex fábrica, según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.

- B. Hace suya la información presentada en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**162.10.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Código de producto no vendido en los Estados Unidos Mexicanos.
- 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 de enero a junio de 2001.
- E. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- F. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano, conocimiento de embarque y documento único aduanero correspondientes al periodo investigado.
- G. Relación de facturas de exportación por cliente de enero a junio de 2001.
- H. Documentos de liquidación de enero a junio de 2001.
- I. Relación de liquidaciones por comisiones de enero a junio de 2001.
- J. Copia de diversos contratos mercantiles.

**163.** Dual Gres manifestó lo siguiente:

- A. Según la propia definición del incoterm ex fábrica, el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido, debiendo el comprador asumir todos los costes y riesgos inherentes a la recepción de la mercancía en los locales del vendedor.
- B. En la información presentada no se incluyeron ajustes procedentes de prorrato.
- C. Hace suya la información presentada en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**164.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de facturas de venta en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- B. Copias de documento único aduanero.
- C. Tasas de interés de fechas 5, 15, 24, 25 y 26 de enero de 2001; 1, 5, 15, 16 y 26 de marzo de 2001 y 1, 6, 8, 14 y 15 de junio de 2001.
- D. Copia de facturas por devolución de enero a junio de 2001.
- E. Listado de comisiones.
- F. Listado de productos no representativos y sus equivalencias.
- G. 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.
- H. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- I. Valor normal de enero a junio de 2001.
- J. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- K. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.

**165.11.** Garogres manifestó lo siguiente:

- A. Existe un solo administrador para Garogres, Supercerámica y Planomyr, S.A.
- B. En el cuestionario remitido originalmente los productos vendidos se reportaron en la unidad de venta realizada; también se indicó en dicho cuestionario el coeficiente de transformación de todas las unidades de venta a metros cuadrados.
- C. El tipo de cambio utilizado corresponde a la fecha de factura, son datos obtenidos de entidades financieras.

- D. El incoterm ex fábrica, según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- E. Los productos identificados en el anexo 2A y 3A son comparables; las características técnicas de los productos exportados a los Estados Unidos Mexicanos en el periodo investigado corresponden al pavimento de gres, y también se incluyen dentro de estas características las piezas complementarias del pavimento exportadas.
- F. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de empresas exportadoras.

**166.12.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Tipo de cambio de enero a junio de 2001 obtenido de un banco español.
- B. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano y documento único aduanero, correspondientes al periodo investigado.
- C. Balance de sumas y saldos al 30 de junio de 2001.
- D. Informe de laboratorio sobre el análisis realizado a los productos fabricados por la empresa.
- E. Copia de facturas de venta en el mercado interno.
- F. Documentos para acreditar el pago por comisiones de enero a junio de 2001.
- G. Diagrama de ventas del corporativo.
- H. Capacidad instalada de 1999 a junio de 2001.
- I. Indicadores de la empresa exportadora de julio de 1998 a 2001.
- J. 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.
- K. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- L. Valor normal de enero a junio de 2001.

**167.13.** Gresitec manifestó lo siguiente:

- A. El código de producto de las transacciones realizadas en piezas sólo y exclusivamente se comercializan en estas unidades, nunca en metros cuadrados.
- B. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro de la mercancía.
- C. Todos los ajustes solicitados en los que se utilizó un prorrateo se especificaron en el anexo metodológico de la respuesta al formulario, "nota metodológica" explicándose con detalle en el mismo.
- D. Las ventas a los Estados Unidos Mexicanos sí están intermediadas por agentes comisionistas en el periodo analizado, como efectivamente reflejan los ajustes por este concepto en el anexo 2A del formulario.
- E. Hace suyos los argumentos del escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**168.14.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano, conocimientos de embarque y carta de fecha 19 de abril de 2001 para acreditar el término de venta.
- B. Tasas de interés de febrero a junio de 2001.
- C. Informe de auditoría independiente de cuentas anuales al 31 de diciembre de 2001.
- D. Liquidaciones de comisiones de enero a junio de 2001.
- E. Tabla que contiene la conversión de códigos de producto de piezas a metros cuadrados.

- F. Tabla de comparabilidad de códigos de producto exportados y vendidos en el mercado interno y características técnicas.
- G. Relación de personas que intervienen en la preparación de picking, así como maquinaria e inmovilizado (sic) para 2001.
- H. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en el mercado de exportación distinto a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- I. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- J. Valor normal de enero a junio de 2001.
- K. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- L. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- M. Cotizaciones del euro respecto al dólar de los Estados Unidos de América de enero y febrero de 2001.

**169.15.** Halcón Cerámicas manifestó lo siguiente:

- A. Por error en las sumas del diagrama 1 no coincidían con el total del anexo 1, la posible discrepancia en este punto estaría en la fórmula utilizada para el cálculo del valor reportado en el anexo.
- B. El código de producto de las transacciones realizadas en piezas sólo y exclusivamente se comercializan en estas unidades, nunca en metros cuadrados.
- C. El tipo fijo utilizado para el cambio de pesetas a euro es de 166,386.
- D. El incoterm ex fábrica según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- E. La empresa tiene sus cuentas auditadas todos los años y se encuentra en posesión de la norma ISO 9001.
- F. Todos los ajustes solicitados en los que se utilizó un prorrateo se especificaron en el anexo metodológico, explicándose con detalle.
- G. Las ventas al mercado interno de códigos de producto iguales o similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos son representativas por las cantidades vendidas y porque los precios son los habituales en el mercado independientemente del volumen.
- H. Hace suya la información presentada en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**170.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- B. Copia de facturas y listado de liquidación por comisiones de enero a octubre de 2001.
- 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 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. Personas que intervienen en la preparación de picking, maquinaria e inmovilizado.
- I. Correlación de códigos de producto.
- J. Cotizaciones del euro respecto al dólar de marzo y abril de 2001, obtenidas de la página de Internet: [www.fxstreet.com](http://www.fxstreet.com).
- K. Conversión de piezas a metros cuadrados.

- L. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano, orden de transporte y documento único aduanero correspondientes al periodo investigado.
- M. Documentos que acreditan el tipo de interés de diversos bancos de enero a junio de 2001.
- N. Informe de auditoría independiente de cuentas anuales al 31 de diciembre de 2001.
- O. Copia de certificado ISO 9001.

171.16. Inalco manifestó lo siguiente:

- A. No existen discrepancias entre las ventas reportadas en el anexo 1 y los datos reportados en el diagrama 1 del formulario.
- B. Se realizó la conversión de piezas a metros cuadrados; conociendo el formato de cada pieza, se calcula la superficie de la misma. El área obtenida se multiplica por el número de piezas para cada referencia obteniendo así el equivalente en metros cuadrados.
- C. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde este punto y hasta el destino, al comprador (importador), quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- D. Los datos volcados sobre los anexos fueron detalladamente comprobados con los datos de contabilidad. Hay que puntualizar que la empresa es auditada anualmente y muestra de ello son los estados financieros auditados que se presentaron con la documentación inicial.
- E. Los únicos ajustes que se han calculado mediante un prorrateo son, por una parte, los que corresponden a la tasa efectiva anual de endeudamiento para el cálculo de los ajustes, y por otra parte, el correspondiente al tipo de cambio promedio vigente en cada periodo.
- F. En todos los casos en los que existe un producto idéntico en las ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos y domésticas en el Reino de España, se seleccionó el producto más similar existente dentro de la familia correspondiente para establecer el valor normal.
- G. Hace suya la información presentada en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

172.17. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano y documento único aduanero, correspondientes al periodo investigado.
- B. Conversión de piezas a metros cuadrados.
- C. Facturas nacionales con transacciones negativas.
- D. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- E. Relación de facturas de comisiones devengadas de enero a junio de 2001.
- F. Ventas totales 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. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- I. Valor normal de enero a junio de 2001.
- J. Correlación de códigos de producto.

173.18. Incea manifestó lo siguiente:

- A. Las discrepancias existentes entre los totales por mercado reportados en el anexo 1 y los totales del diagrama 1 del formulario de investigación, se debe a que en el anexo 1 se utilizó el tipo de cambio mensual facilitado por ASCER, según datos publicados por el Banco de España; en el diagrama 1 se utilizó un tipo de cambio promedio para el periodo investigado, ya que este diagrama está complementado con los valores de este periodo.
- B. Incea es propietaria 100 por ciento de acciones de la mercantil Cerámica Azahar, S.A.U.
- C. El factor de conversión a metros cuadrados es individual para cada referencia de las medidas indicadas; la unidad comercial habitual para estas referencias es la pieza.

- D. El incoterm ex fábrica según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro de la mercancía.
- E. La empresa empleó para el cálculo de la tasa de interés, los tipos de interés a corto plazo correspondientes, vigentes en el período y publicado por el Banco de España.
- F. Para asegurarse que en los listados de operaciones de venta al mercado interno y de exportación a los Estados Unidos Mexicanos no se omitieran transacciones, y al no poseer sistemas informáticos que permitiesen volcar los datos directamente del programa de gestión a las hojas de cálculo de Excel, los datos fueron extraídos mediante los listados oportunos y luego fueron introducidos en las hojas de cálculo de forma manual; los datos una vez introducidos fueron cotejados por otra persona diferente a la que los había introducido para detectar errores en el caso que se hubiesen cometido.
- G. Ninguno de los ajustes solicitados procede de un prorrato, ya que los ajustes indicados en los datos presentados corresponden a comisiones y descuentos aplicados sobre la factura.
- H. No es correcta la aseveración de que los colores no implican una diferenciación del producto, ya que los costes del producto pueden variar en función del mismo. Comercialmente, el color (inevitablemente asociado al diseño del producto y a la percepción del mismo por parte del consumidor) puede ser determinante para la demanda del producto en los distintos mercados.
- I. En el mercado interno se han vendido casi todos los productos exportados a los Estados Unidos Mexicanos, aún así, hay algún modelo que no se ha vendido en el mercado nacional ya que al ser diferentes mercados, las necesidades y gustos cambian.
- J. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

174. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Cartas de empresas compradoras y transportistas, facturas de venta en el mercado mexicano, conocimientos de embarque y documento único aduanero.
- B. Relación de liquidación de enero a junio de 2001.
- C. Copia de certificación ISO 9002.
- D. Informe de determinaciones del producto acabado.
- E. Documentos relativos al pago de comisiones.
- F. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en el mercado de exportación distinto 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 de enero a junio de 2001.
- I. Capacidad instalada e indicadores de la empresa exportadora para 1999, 2000 y 2001.

175.19. Keraben y GNK manifestaron lo siguiente:

- A. Keraben está certificada en ISO 9001; en virtud de esta certificación se asegura la calidad de los productos y procedimientos productivos conforme al estándar que indicamos en la certificación.
- B. El incoterm ex fábrica, según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- C. El ajuste por diferencias físicas para códigos similares sería muy difícil de calcular y en todo caso no sería significativo.
- D. Se han identificado todas las ventas realizadas por GNK a sus clientes hasta el 30 de septiembre de 2001, a su vez, se ha relacionado cada una de estas ventas mediante nuestro sistema informático con las correspondientes compras al Reino de España producto por producto. La bondad del sistema de nuestra empresa matriz se apoya por la propia gestión de la empresa llevada a cabo en los últimos ejercicios. En caso de datos incorrectos no se podría llevar una gestión adecuada de almacén, de producción, de financiación, etc., por supuesto que todo ello se registra contablemente de lo cual resulta la revisión de sus cuentas y el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y sociales ante las autoridades españolas y por ende ante la Unión Europea.
- E. Para convertir las piezas a metros cuadrados se establece el factor de conversión lado por lado de la pieza (en centímetros lineales) dividido por 10.000.

**F.** La fuente de donde se obtuvieron los tipos de cambio utilizados viene de la página de Internet del Banco de México; está comprobado que el tipo de cambio utilizado corresponde a la fecha de factura de cada transacción así como que dicho tipo de cambio no corresponde al utilizado en el pedimento de importación.

**G.** Presenta información en el escrito de argumentos comunes de empresas exportadoras.

**120.76.** Para acreditar lo anterior, dichas empresas presentaron:

**A.** Relación de artículos cerámicos exportados a los Estados Unidos Mexicanos desde enero de 2001.

**B.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.

**C.** Total de importaciones de enero a junio de 2001.

**D.** Flujo de extracción de información.

**E.** Tipo de cambio de enero a octubre de 2001.

**F.** Descripción de códigos de producto.

**G.** Conversión de piezas a metros cuadrados.

**H.** Copia de certificado ISO 9001.

**I.** Carta de agencia tributaria de julio de 2002.

**J.** Certificado de conformidad de producto.

**K.** Copia de cartas para clientes de enero y febrero de 2001.

**L.** Grado de representatividad por código de producto durante el periodo investigado.

**M.** Copia de facturas de una empresa transportista de febrero a junio de 2001.

**N.** Carta de empresa transportista y clientes de octubre de 2002.

**O.** Balance de comprobación del ejercicio de 2001.

**P.** Relación de facturas de ventas efectuadas a GNK de mayo a diciembre de 2001.

**Q.** Relación de transacciones finalizadas por cuenta contable.

**R.** Reporte de inventario a septiembre de 2001.

**S.** Información contable de febrero a septiembre de 2001.

**T.** Precio de exportación reconstruido de enero a septiembre de 2001.

**U.** Tipo de cambio de enero de 1999 a octubre de 2001.

**V.** Tipo de cambio de enero a marzo de 2001 y resumen de cambio mensual, semestral y anual de 2001, obtenido de la página de Internet: [www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx).

**W.** Relación de facturas de importación, pedimentos y gastos de importación de enero a junio de 2001.

**177.** Azulejera La Plana manifestó lo siguiente:

**A.** Se adjuntan albaranes de entrega donde se indica que los portes son debidos, es decir, que corren por cuenta del comprador.

**B.** El incoterm delivered duty unpaid significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador, no despachada de aduana para la importación y no descargada de los medios de transporte a su llegada al lugar de destino convenido.

**C.** Los formularios de exportadoras obligaban a la comparación de código y productos idénticos.

**D.** Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**178.21.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

**A.** Relación de ajustes empleados.

**B.** Ventas totales por país de enero a junio de 2001.

**C.** Documentos que acreditan el tipo de cambio aplicado.

**D.** Documentos que acredita el ajuste por seguro de transporte de mercancías y tasas de interés.

**E.** Copia de facturas de venta al mercado mexicano y órdenes de transporte.

**F.** Copia de facturas de ventas internas y albaranes.

**G.** Listado de liquidaciones por comisiones de enero a diciembre de 2001.

- H. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- I. Diagrama del cálculo del precio de exportación.
- J. Diagrama corporativo.
- K. Diagramas relativos a relaciones comerciales.
- L. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- M. Valor normal de enero a junio de 2001.
- N. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, a cada uno de los mercados de exportación distintos de los Estados Unidos Mexicanos y en el mercado interno, de enero a junio de 2001.
- O. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- P. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.

**179.22.** Lucena Cerámicas manifestó lo siguiente:

- A. Los datos del anexo 1 y diagrama 1 fueron entregados en euros y estos datos eran correctos.
- B. El incoterm ex fábrica, según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- C. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de empresas exportadoras.

**180.23.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Cartas de clientes de octubre de 2002.
- B. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- C. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano, conocimientos de embarque, facturas de comisiones, relación contable, medios de pago y documentación bancaria.
- D. Ventas totales en el mercado interno, a los Estados Unidos Mexicanos 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. Capacidad instalada de julio a diciembre de 1998, y de 1999 a junio de 2001.
- G. Indicadores de la empresa exportadora de 1999 a junio de 2001.
- H. Valor normal de enero a junio de 2001.

**181.24.** Navarti Cerámica manifestó lo siguiente:

- A. Las ventas al mercado interno a clientes no relacionados son representativas ya que en todo o en parte dichas ventas superan los porcentajes indicados en la nota 2 al pie de página del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.
- B. No es procedente aplicar ajustes por diferencias físicas a códigos similares, pues todos los códigos son idénticos y representativos.
- C. Existe representatividad entre los productos vendidos en el mercado mexicano, mercado interno y el resto del mundo.
- D. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**182.25.** Para acreditar lo anterior dicha empresa presentó:

- A. Capacidad instalada de 1999 a junio de 2001.
- B. Indicadores de la empresa exportadora de 1999 a junio de 2001.
- C. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- D. Valor normal de enero a junio de 2001.
- E. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos y en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- F. Correlación de códigos de producto.
- G. Diagrama de ventas totales del corporativo.

**H.** Facturas de venta en el mercado mexicano, conocimiento de embarque, documentos único aduanero y certificado de origen correspondientes al periodo investigado.

**I.** Definición de incoterm ex fábrica.

**183.26.** Peris y Peronda México manifestaron lo siguiente:

**A.** Puesto que los datos originales correspondientes a la información del anexo 1 y diagrama 1 se obtuvieron en euros, se realizó la conversión a dólares.

**B.** El incoterm ex fábrica, según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.

**C.** Todos los ajustes realizados provienen de una identificación directa de cada concepto.

**D.** Los códigos utilizados para las ventas en el Reino de España y la exportación son los mismos. Nos resulta imposible, en el tiempo disponible realizar la identificación código a código de las características técnicas de cada uno de los códigos de producto.

**E.** Presenta información en el escrito de argumentos comunes de empresas exportadoras.

**184.27.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

**A.** Nota metodológica sobre los ajustes solicitados.

**B.** Relación de importaciones totales de enero a junio de 2001.

**C.** Precio de importación de enero a junio de 2001.

**D.** Descripción de códigos de producto.

**E.** Precio de importación a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.

**185.28.** Porcelanatto manifestó lo siguiente:

**A.** No tiene relación de ningún tipo con la empresa mexicana Porcelanato, S.A. de C.V.

**B.** La empresa realiza su certificación de calidad por cada producto siguiendo los parámetros aceptados por los distintos organismos competentes.

**186.29.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

**A.** Información de condiciones bancarias obtenida de la página de Internet: [www.cam.es](http://www.cam.es).

**B.** Fax del Banco Popular Español del 30 de mayo de 2002.

**C.** Carta de modificaciones de condiciones del 14 de noviembre de 2001.

**D.** Fax de intereses bancarios del 15 de febrero de 2001.

**E.** Relación del importe de rappel por empresa exportadora.

**F.** Facturas de abono por rappel durante el periodo investigado.

**G.** Relación de facturas y cálculo por comisión.

**H.** Relación de tipos de recubrimientos cerámicos por factura y comisión diferencial durante el periodo investigado.

**I.** Facturas de importe por comisión por ventas en el mercado interno.

**J.** Relación de códigos de producto similares en el mercado mexicano y en el español.

**K.** Ventas totales en el mercado interno de enero a junio de 2001.

**L.** Facturas de venta de Porcelanatto en el mercado interno.

**M.** Características aceptadas por los distintos organismos competentes en calidad del 12 de diciembre de 2001.

**N.** Explicación de los ajustes de valor normal y precio de exportación.

**O.** Facturas de venta de Cerfomex.

**P.** Relación de facturas y clientes de Cerfomex.

**Q.** Faxes y cartas de fechas 8 y 10 de octubre de 2002, de clientes de Porcelanatto.

**R.** Relación de códigos de producto.

- S. Capacidad instalada e indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.
- T. 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 durante el periodo investigado por valor y volumen.
- U. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.

**187.30.** Porcelanosa y Porcelanosa México manifestaron lo siguiente:

- A. Procelanosa México es propiedad de Porcelanosa en un 45 por ciento de su capital social, en otro 45 por ciento de Venis y el 10 por ciento restante es propiedad de accionistas mexicanos, por lo cual Porcelanosa México es mayoritariamente de capital español.
- B. Respecto de la conversión de piezas a metros cuadrados se recalculó la base de datos convirtiendo las piezas a metros cuadrados según los factores de conversión de las tablas estadísticas; dicho cálculo está elaborado a nivel de series, que es una agrupación de artículos que participan de unas características tales como el de pertenecer a la misma familia, las mismas características productivas y mismo precio de venta.
- C. Las ventas a los Estados Unidos Mexicanos fueron verificadas en su totalidad con la contabilidad de la empresa.
- D. No proceden ajustes por diferencias físicas.
- E. Presentan información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**188.31.** Para acreditar lo anterior Porcelanosa presentó:

- A. Tabla de conversión a metros cuadrados.
- B. Relación de tipos de cambio de enero a junio de 2001.
- C. Relación de clientes en el mercado interno.
- D. Tabla de tasas de interés de diversos bancos.
- E. Tabla de correlación de códigos de producto.
- F. Relación de clientes con rappel.
- G. Relación de fórmulas aplicadas.
- H. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- I. Valor normal de enero a junio de 2001.
- J. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, el mercado interno y en el mercado de exportación distinto a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- K. Copia de facturas de venta en el mercado mexicano en el periodo investigado.
- L. Cartas de clientes de octubre de 2002.
- M. Relación de comisiones de enero a diciembre de 2001.
- N. Relación de ventas totales de enero a junio de 2001.
- O. Aclaración de la metodología utilizada para los ajustes solicitados.
- P. Resumen de fletes totales.
- Q. Copia de contrato mercantil de 7 de octubre de 1997.
- R. Relación de ventas con rappels de enero a junio de 2001.
- S. Diversos documentos para acreditar el ajuste por comisión.

**189.** Por su parte Porcelanosa México presentó:

- A. Importaciones totales de enero a junio de 2001.
- B. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- C. Reconstrucción del precio de exportación de enero a junio de 2001.
- D. Precio de exportación y ajustes de Venis, de enero a junio de 2001.
- E. Conversión de piezas a metros cuadrados.
- F. Relación de inventario de enero a junio de 2001.

**G.** Copia de facturas de venta de Porcelanosa México en el mercado interno en el periodo investigado.

**190.** Roig Cerámica y Rocersa México manifestaron lo siguiente:

- A.** Los totales del diagrama 1 corresponden con las cifras de los productos idénticos o similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos, tanto en el mercado interno como en terceros mercados, y los totales que se reportaron en el anexo 1 de la respuesta al formulario corresponden con la suma agregada de productos vendidos, esto es, la suma de similares y no similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos.
- B.** Las cantidades asociadas a las ventas de pavimentos y recubrimientos son metros cuadrados, de tal manera que no es necesario aplicar un factor de conversión; en el caso de piezas especiales, la unidad comercial es número de piezas; para convertir las piezas a metros cuadrados simplemente se multiplica el factor correspondiente. La metodología utilizada para obtener el factor de conversión de piezas a metros cuadrados, en realidad se trata del simple cálculo del área en metros cuadrados, dadas las dimensiones de las piezas especiales. Como los pavimentos y revestimientos ya están en metros cuadrados, el factor a multiplicar es el número uno.
- C.** En los Estados Unidos Mexicanos la unidad de stock utilizada en la venta de los recubrimientos cerámicos denominados pavimentos y revestimientos, es la caja; en el Reino de España la unidad es el metro cuadrado, por lo que únicamente pueden diferir las unidades de venta en el caso en el que una caja contenga más de un metro cuadrado, en cuyo caso se debe multiplicar la cantidad vendida por los metros cuadrados contenidos en una caja para obtener el volumen. En el resto de los casos se utilizan las mismas unidades de venta en el Reino de España y en los Estados Unidos Mexicanos.
- D.** Los productos de pavimentos y revestimientos se comercializan en metros cuadrados, mientras que las piezas especiales (que incluyen cenefas, listelos, etcétera) se comercializan únicamente en piezas.
- E.** La Unión Europea de la cual el Reino de España forma parte, maneja una moneda única que es el euro, misma que tiene un tipo de cambio frente al dólar determinado por el mercado cambiario. Aunque las monedas locales de los países miembros de la Unión Europea ya no circulan, durante un periodo (que comprende al investigado), las transacciones comerciales se siguen nominando paralelamente en dichas monedas locales y en euros. De esta dualidad se desprende que las empresas españolas, entre ellas Roig Cerámica, manejaron su contabilidad en el periodo investigado en pesetas, aunque sus transacciones se hicieron realmente en euros. Para efecto de sustentar el tipo de cambio utilizado para convertir de pesetas a euros, se utilizó la página oficial del Banco de España. Para la conversión de euros a dólares, se usó el tipo de cambio de la fecha de la factura. El tipo de cambio vigente se obtuvo de la información de la página electrónica Pacific Exchange Rate Service cuya dirección es <http://pacific.commerce.ubc.ca/xr/data.html> sitio de la Universidad de Columbia en Vancouver.
- F.** Por tratarse las ventas en el mercado interno de transacciones a nivel ex fábrica, la operación de transporte de la mercancía corrió a cargo del cliente, por lo que Roig Cerámica no asumió ningún gasto de flete. Para las exportaciones a terceros países, algunas ventas se efectuaron a nivel libre a bordo (*FOB*) puerto de salida, en cuyo caso la empresa asumió el gasto y pagó directamente el servicio de flete para llevar el producto al puerto marítimo de salida convenido con el cliente.
- G.** Para considerar los importes financiados por la banca española en las operaciones de exportación, se tomaron en cuenta los balances contables correspondientes a los saldos de adeudos de fin de mes por concepto de financiamiento en operaciones de exportación.
- H.** No existen registros documentales que asocien inequívocamente a una factura de venta, con devolución específica. La metodología utilizada se basó en 3 pasos: a) separar en dos hojas de trabajo la base de datos de ventas; ventas efectivas por un lado y devolución específica por otro, b) se hizo un proceso de compulsas entre las ventas efectivas y las devoluciones y c) como pueden existir devoluciones parciales, se procedió a vincular una devolución con una venta usando como referencia el código de producto, el cliente y el precio del producto involucrado.
- I.** La metodología que siguió Roig Cerámica para sustentar los montos de estos ajustes con la contabilidad de la empresa, fue la siguiente: a) se identificó en la contabilidad de la empresa el rubro de reembolsos y ajustes solicitados, b) en caso de que el reembolso y ajustes solicitados no se pudieran identificar factura por factura, se calculó la proporción de ese ajuste o reembolso

respecto de las ventas netas de devolución, de acuerdo a la contabilidad de la empresa y c) se aplicó la proporción resultante al valor de cada transacción, neta de devolución.

- J.** Dentro de los ajustes al valor normal encontramos los siguientes: a) los reembolsos por descuentos debido a defectos de material son abonos por defectos en la calidad del producto vendido al cliente, b) los reembolsos por descuentos por participación en gastos de promoción se trata de descuentos que se le aplican a los clientes por su cooperación en gastos ocasionados en la publicidad y promoción de los productos marca Rocersa, tales como gastos en la adecuación de exposiciones en casa de los clientes, gastos en convenciones y eventos, gastos en artículos promocionales, etcétera, c) los descuentos debidos a defectos de material son abonos por defectos en la calidad del producto vendido al cliente, d) los descuentos por rappels de venta son la contabilización de ajustes a favor del cliente en caso de alcanzar cifras de ventas pactadas con el cliente, e) los descuentos por pronto pago se trata de un descuento de carácter financiero, f) las comisiones de venta son erogaciones que hace la empresa a favor de agentes comisionistas, g) los reembolsos por descuentos por diferencias en comisiones se tratan de regulaciones en comisiones ya calculadas por el sistema, h) los ajustes por redondeo en facturas en este concepto aparecen las diferencias entre la suma de las cuentas de ingresos de contabilidad y la suma del total de las líneas obtenidas de la aplicación de ventas, i) los descuentos comerciales son descuentos efectuados al pie de la factura, j) el reembolso por otros descuentos se trata de descuentos practicados a las cuentas de los clientes, relacionados con saldos pendientes a favor de los clientes, k) el ajuste de crédito se aplicó de acuerdo con una tasa de interés de pasivos de corto plazo, y l) para los fletes y seguros, Rocersa México tiene tres plantas productivas, embarca sus productos a través del puerto de Valencia, sin embargo, las operaciones se hacen a nivel ex fábrica, por lo que no se plantea un ajuste por flete.
- K.** Los ajustes al precio de exportación son descuentos por pronto pago, comisiones, reembolso por descuentos por diferencias en comisiones, ajustes por redondeo en facturas, descuentos comerciales, reembolsos por otros descuentos, ajuste de crédito y, fletes y seguros.
- L.** El color está determinado por el esmalte y siempre que los colores no se disparen en partes totalmente contrastantes del espectro cromático, efectivamente no representan una parte significativa de los costos variables. La autoridad puede observar que la diferencia en el costo del esmalte puede ser hasta de 23 por ciento y que el peso del 14 por ciento en total del costo del producto, esto es, puede existir una diferencia de hasta 4 por ciento en los costos variables, o bien, 3 por ciento en los costos totales.
- M.** El método utilizado para el control de inventarios es el denominado analítico pormenorizado, este control permite hacer los movimientos contables en la cuenta de compras en lugar de utilizar la cuenta de inventarios o almacén durante el ejercicio.
- N.** Rocersa México comercializa el producto investigado en forma única.
- O.** Para asociar gastos de flete a las ventas a un cliente no relacionado, se vinculó a la venta del cliente no relacionado un pedimento, el flete de transportación se contrata para dar el servicio marítimo y terrestre en forma integral, esto es, desde la planta de producción en el Reino de España, hasta la bodega del distribuidor en los Estados Unidos Mexicanos.
- 191.** Para acreditar lo anterior, dichas empresas presentaron:
- A.** Diagrama 1, diferencia existente entre el total de ventas reportado para el mercado interno y terceros mercados.
- B.** Equivalencia de códigos entre el producto de Rocersa México y el producto español.
- C.** Ejemplo de factores de conversión utilizados en los Estados Unidos Mexicanos.
- D.** Ejemplo de cálculo de factores de conversión.
- E.** Factores de conversión de piezas a metros cuadrados.
- F.** Tipos de conversión irrevocables del euro cuya fuente es el sitio en Internet del Banco de España.
- G.** Tipo de cambio diario de euros a dólares correspondientes a los meses de enero a junio de 2001, cuya fuente es el Pacific Exchange Rate Service.

- H. Reglas oficiales de la Cámara de Comercio Internacional para la interpretación de términos comerciales *Incoterms* 2000 para los términos *ex works*, *FOB* y *CFR*.
- I. Diversas facturas de ventas a otros mercados por parte de Roig Cerámica.
- J. Diversa documentación contable que soporta el cálculo de las tasas de interés correspondiente a los meses de enero a junio de 2001.
- K. Cuadro resumen de ventas netas de devoluciones por valor y volumen.
- L. Cuadro resumen de ajustes de descuentos y redondeo dividido por los mercados del Reino de España, los Estados Unidos Mexicanos y terceros mercados.
- M. Extracto de cuentas contables de enero, marzo y abril de 2001.
- N. Descuentos sobre ventas, participación y promoción, descuento de ventas por otros conceptos, descuentos por ventas de productos terminados, prestación de servicios, rappels, ventas por acabado, ventas de mercadería, ventas de subproducto y residuos, ventas por materia prima y ventas por producto terminado de muestras, de enero a junio de 2001.
- O. Extracto de cuentas por descuentos de ventas de exportación y comisiones de exportación de Roig Cerámica de enero a junio de 2001.
- P. Diversas facturas de venta en el mercado interno y de exportación de febrero a junio de 2001.
- Q. Carta de Roig Cerámica del 14 de octubre de 2002, referente a los costos.
- R. Cuadro relativo a los costos variables.
- S. Relación del código que se requiere de los Estados Unidos Mexicanos con el propuesto del Reino de España.
- T. Cuadro que contiene las modificaciones para el cálculo del margen de dumping.

**192.32.** Sucesores de Manuel Gómez manifestó lo siguiente:

- A. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.
- B. Se presentan nuevas bases de datos con relación a los totales a terceros mercados de exportación, diagrama 1 y anexo 1.
- C. Para convertir pesetas a euros, y euros a dólares de los Estados Unidos de América, se ha aplicado el cambio medio indicado por el Banco de España en el periodo investigado.

**193.33.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Facturas de venta en el mercado interno y órdenes de salida, documentos soporte para flete y seguro correspondientes al periodo investigado.
- B. Nota metodológica para el cálculo de algunos ajustes.
- C. Póliza de préstamo del 15 de junio de 2001.
- D. Soporte documental de las comisiones.
- E. Listados de comisiones de fechas 1 y 5 de febrero, 7 y 31 de marzo, 1 y 3 de abril, 2 de mayo y 5 de junio de 2001.
- F. Diagrama de ventas totales del corporativo.
- G. Diagrama del sistema de cómputo para la elaboración de la información.
- H. Relación de los códigos de producto nacionales y españoles.
- I. 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.
- J. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- K. Reconstrucción del precio de exportación y precio al primer cliente no relacionado de enero a junio de 2001.
- L. Precio en el mercado interno del país de origen 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.

**194.34.** Supercerámica manifestó lo siguiente:

- A. Existe un solo administrador para las empresas Supercerámica, Garogres y Planomyr, S.A.

- B.** El incoterm ex fábrica, según la definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- C.** La selección de los códigos de producto vendidos en el mercado interno considerados como similares o comparables a los vendidos en los Estados Unidos Mexicanos se realizó teniendo en cuenta el proceso productivo de ambas mercancías, sus características técnicas y su uso comercial.
- D.** Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**195.35.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A.** Extracto de movimientos de cuenta bancaria de enero a junio de 2001.
- B.** Balance de sumas y saldos de enero a diciembre de 2001.
- C.** Cálculo de ajuste por intereses.
- D.** Documentos que acreditan el tipo de interés de diversos bancos.
- E.** Copia de contratos mercantiles.
- F.** Copia de facturas de venta en el mercado mexicano y documento único aduanero, correspondientes al periodo investigado.
- G.** Informe de un organismo de acreditación sobre el análisis realizado a los productos fabricados por la empresa.
- H.** Copia de contrato de adhesión.
- I.** Valor normal y copia de facturas de enero a junio de 2001.
- J.** Relación de comisiones facturadas de enero a junio de 2001 y copia de facturas correspondientes.
- K.** Diagrama de ventas totales del corporativo.
- L.** Ventas totales en el mercado interno de enero a junio de 2001.
- M.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- N.** Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.

**196.36.** Taullel y Tau México manifestaron lo siguiente:

- A.** Los formularios de investigación obligaban a la comparación de códigos y productos idénticos; adicionalmente, dado el plazo otorgado y las características de la empresa, la petición de presentar una nueva base de datos que contenga las transacciones de venta en el mercado interno de códigos de producto cuya única diferencia sea el color, resulta una carga totalmente insoportable e imposible de responder.
- B.** El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto y hasta el destino, al comprador (importador), quien asume el coste de transporte y seguro (si lo contrata) de la mercancía.
- C.** Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

**197.** Para acreditar lo anterior, dichas empresas presentaron:

- A.** Balance financiero de enero a junio de 2001.
- B.** Características técnicas del producto.
- C.** Copia de contratos mercantiles.
- D.** Copia de documento único aduanero y conocimientos de embarque.
- E.** Copia de facturas de venta de Taullel en el mercado mexicano.
- F.** Cuentas anuales e informe de gestión al 31 de diciembre de 2001.
- G.** Valor normal de enero a junio de 2001.
- H.** Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.

- I. Reconstrucción del precio de exportación de enero a junio de 2001.
- J. Relación de importaciones totales de enero a junio de 2001.
- K. Información de 3 facturas, conversión a metros cuadrados y flete.

**198.37.** Venis manifestó lo siguiente:

- A. Porcelanosa México es mayoritariamente de capital español.
- B. Para las transacciones realizadas en piezas efectivamente el correspondiente código de producto solamente se puede comercializar en piezas, no pudiéndose en ningún caso comercializar el mismo producto alternativamente en piezas o metros cuadrados.
- C. Los tipos de cambio aplicados son los cambios diarios publicados por el Banco Central Europeo para la paridad de dólares por euros.
- D. Las ventas en el mercado interno han sido comprobadas mediante información estadística extraída de nuestra base de datos, toda vez que de una parte se solicitó resumen de los artículos vendidos en el mercado mexicano y de otra resumen de los no vendidos en el mismo mercado siendo su suma el total vendido en el mercado interior, que hemos conciliado con nuestros registros contables.

**199.38.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Facturas del periodo investigado para acreditar el flete de exportación.
- B. Diversos faxes de clientes de Venis para acreditar el flete nacional.
- C. Listado de ventas de Porcelanosa del 16 de octubre de 2002.
- D. Extractos contables de enero a junio de 2001.
- E. Anexo de la nota metodológica de ajustes para el mercado interno.
- F. Copia de un contrato mercantil del 7 de octubre de 1997.
- G. Facturas de clientes de Venis del primer semestre de 2001.
- H. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno, en cada uno de los mercados de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos por valor y volumen durante el periodo investigado.
- I. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- J. Valor normal y ajustes de enero a junio de 2001.

**200.39.** Venus Cerámica manifestó lo siguiente:

- A. En el periodo que comprende desde el 1 de enero al 30 de junio de 2001, Venus Cerámica era accionista minoritaria de Venus Dos.
- B. La unidad comercial habitual es la pieza en determinados artículos, aunque se puede calcular su volumen en metros cuadrados a nivel meramente informativo; la forma de cálculo consiste en multiplicar la medida de su ancho por su alto correspondiente.
- C. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde este punto y hasta el destino al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro de la mercancía.
- D. Para el cálculo de la tasa de interés, la empresa empleó los tipos de interés a corto plazo correspondientes, vigentes en el periodo, y publicados por el Banco de España; pero a fin de ajustar los cálculos lo más posible a la realidad en este periodo, se calcula un nuevo interés, para lo cual se obtiene una media semestral teniendo en cuenta el interés pagado en varias liquidaciones de descuento de papel.
- E. El ajuste por comisión se obtiene de aplicar el porcentaje pactado con cada comisionista al importe de la venta, los contratos son verbales en su mayoría.
- F. No existen diferencias físicas que justifiquen la variación de costes.
- G. Todos los códigos de productos vendidos en los Estados Unidos Mexicanos tienen códigos de producto idénticos o similares con venta representativa en el Reino de España.

H. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

201. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de conocimientos de embarque, documento único aduanero y facturas de venta en el mercado mexicano en el periodo investigado.
- B. Documentos de liquidaciones de enero a junio de 2001.
- C. Relación de comisiones de enero a junio de 2001.
- D. Relación de códigos en cantidades negativas.
- E. Conversión de piezas a metros cuadrados.
- F. Correlación de códigos de producto.
- G. Ventas totales a los Estados Unidos Mexicanos, en el mercado interno y en cada uno de los países de exportación distintos a los Estados Unidos Mexicanos de enero a junio de 2001.
- H. Precio de exportación y ajustes de enero a junio de 2001.
- I. Valor normal de enero a junio de 2001.
- J. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- K. Indicadores de la empresa exportadora de enero de 1999 a junio de 2001.

202. Venus Dos manifestó lo siguiente:

- A. En el periodo de enero a junio de 2001, Venus Cerámica era accionista minoritaria de Venus Dos.
- B. La unidad comercial habitual de los recubrimientos cerámicos es la pieza.
- C. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte.
- D. Para determinar la tasa de interés promedio ponderado que se pagan sobre los pasivos a corto plazo, la empresa empleó los tipos de interés a corto plazo correspondientes, vigentes en el periodo y publicados por el Banco de España; sin embargo, se calcula un nuevo interés, para lo cual se halla una media semestral teniendo en cuenta el interés pagado en varias liquidaciones de descuento de papel.
- E. Debido a un error no se habían reportado los códigos comparables a aquellos productos vendidos en los Estados Unidos Mexicanos que no tenían el idéntico vendido en el Reino de España, o que su venta no era representativa, por lo que en este momento se subsana dicho error.
- F. Por lo que se refiere al ajuste por comisión, este se obtiene de aplicar el porcentaje pactado con cada comisionista al importe de la venta, y los contratos son verbales en su mayoría.
- G. Respecto a las ventas en el mercado interno a partes no relacionadas, todos los códigos de producto vendidos en los Estados Unidos Mexicanos tienen códigos idénticos o similares con venta representativa en el Reino de España.
- H. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de las empresas exportadoras.

203.40. Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Copia de albaranes (acuses de recibo) de las facturas de ventas, remitidas a la Secretaría con anterioridad.
- B. Copia de conocimientos de embarque y documento único aduanero.
- C. Tipos de interés de fechas 16 de febrero, 6 y 15 de marzo, 21 de mayo de 2001 y tipo de interés en el primer semestre de 2001.
- D. Copia de facturas y relación de importe por comisiones de abril a junio, y septiembre a octubre de 2001.
- E. Listado de códigos de producto y conversión a metros cuadrados.

- 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 de enero a junio de 2001.
- I. Capacidad instalada de enero de 1999 a junio de 2001.
- J. Indicadores de la empresa exportadora para 1999, 2000 y 2001.

**204.41.** El 7 de octubre de 2002, la Secretaría requirió a Alaplana México; ASCER; Azulejos Cabrera; Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Baldor; Ballesmar; Ballesmar de México; Casa Ortiz; Cerámicas Azahar; Cerámicas Fanal; Cerámicas Gaya; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámica Saloni; Cerfomex; Cerpa; Cerypsa; Colorker; Comercializadora de Cerámica; Dual Gres; Garogres; GNK; Gresitec; Halcón Cerámicas; Hijos de Cipriano Castello; Inalco; Incea; Italcerámica; Jamam; Keraben; Azulejera La Plana; Lamosa; Lucena Cerámicas; Mercado y Bodega de Azulejos y Baños; Navarti Cerámica; Papeles Pintados Iberia; Peris; Peronda México; Porcel; Porcelanatto; Porcelanite; Porcelanosa; Porcelanosa México; Recubre; Rocersa México; Roig Cerámica; Sanimex; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Superficies Decorativas; Tau México; Taullel; Venis; Venus Cerámica; Venus Dos y Vitromex, información relativa a capacidad instalada e indicadores de las empresas, entre otra, otorgándoles un plazo que venció el 14 de octubre de 2002.

**205.** El 11 de octubre de 2002, la Secretaría otorgó a las empresas señaladas en el punto anterior, una prórroga de 6 días hábiles para dar respuesta a los requerimientos de información, que venció el 28 de octubre de 2002.

**206.42.** En respuesta a los requerimientos de información señalados en el punto 204 de esta Resolución, formulados por esta Secretaría con fundamento en los artículos 55 y 93 fracción IV de la LCE, y 16 fracción VI del Reglamento Interior de la Secretaría, mediante escritos de fecha 28 de octubre de 2002, comparecieron las empresas que a continuación se relacionan:

**207.43.** Alaplana México manifestó lo siguiente:

- A. No presenta respuesta sobre las ventas a cada uno de sus clientes puestas en su bodega para el periodo investigado en virtud de que sus ventas fueron a partir de noviembre de 2001.
- B. Presenta información en el escrito de argumentos comunes de empresas exportadoras.

**208.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó relación de importaciones separando pisos, muros y productos especiales del periodo investigado.

**209.** ASCER manifestó lo siguiente:

- A. La capacidad productiva instalada se mide con base en la capacidad instalada diaria de los hornos, con la utilización plena de su superficie y máxima velocidad de ciclo de cocción según las especificaciones técnicas de los hornos. Tanto las empresas como las asociaciones nacionales de productores calculan la capacidad productiva instalada como el valor teórico que se obtiene multiplicando 365 días del año por la capacidad instalada máxima diaria de los hornos.
- B. El valor teórico de la capacidad productiva instalada anual es necesariamente mayor que la producción efectiva anual realmente alcanzable al venir ésta condicionada por los siguientes factores: el tipo de baldosa cerámica, equipos del proceso de fabricación, gestión del proceso de fabricación, capacidad productiva de los hornos en base a los formatos, roturas de piezas cerámicas en el proceso de producción, interrupciones transitorias por microcortes de energía eléctrica, obsolescencia de algunos elementos del equipo, averías, etc.
- C. Debido a los motivos de orden técnico, consustanciales al proceso de fabricación de recubrimientos cerámicos con la tecnología actualmente disponible, se concluye que la producción efectiva máxima de una empresa, y por extensión, de una industria de recubrimientos cerámicos, no puede alcanzar el máximo del valor teórico de capacidad productiva instalada. Por estos motivos, es norma habitual en los cálculos de la producción efectiva, tanto por parte de los fabricantes, de asociaciones nacionales de fabricantes de recubrimientos y asociaciones de fabricantes de maquinaria, la utilización, como la mejor aproximación a la realidad, de una medida de 330 días efectivos de producción.
- D. De 1997 a 1999 los principales productores mundiales registraron aumentos en su capacidad instalada, manteniendo similares porcentajes de utilización de dicha capacidad. De hecho, es ciertamente llamativo el crecimiento de la capacidad instalada realizada por los Estados Unidos Mexicanos.

- E.** No existen estadísticas oficiales de producción o exportación específicas para las piezas especiales. No existe una fracción arancelaria española que recoja exclusivamente las piezas especiales. "Productos rectificadas" no se trata de una pieza especial o complementaria. No existen datos de producción sectorial en kilogramos; sólo podemos realizar una conversión de los datos globales de producción, facilitados en su momento en metros cuadrados a kilogramos, utilizando el factor resultante de las estadísticas de exportación españolas a los Estados Unidos Mexicanos desde el 1 de enero de 1999 a 30 de junio de 2001 (1 metro cuadrado=17 kilogramos). No existen tampoco datos de inventarios ni estadísticas oficiales a nivel sectorial recogidos por la Asociación u otras entidades. No existen estadísticas oficiales de producción o venta diferenciados por pavimentos (suelo) y revestimientos cerámicos (pared). No existen fracciones arancelarias que recojan específicamente al azulejo y pavimento esmaltado por separado, por lo que es imposible conocer los datos de exportaciones por separado, lo único que es posible proporcionar son los porcentajes de producción dedicada de pavimentos y revestimientos de cada año natural completo.
- F.** Con relación a las cifras de ventas a los Estados Unidos Mexicanos, los datos oficiales de lo que realmente es importado en los Estados Unidos Mexicanos se encuentran en las bases de datos de las aduanas mexicanas o en el SIC-MEX, ya que en el Reino de España no se puede tener un control de lo que efectivamente se importa.
- G.** Respecto a la capacidad instalada, no existe dicha información por separado en piezas especiales y resto de productos. Se ha procedido a presentar la información correspondiente a producción, capacidad instalada y utilización de capacidad de los semestres solicitados, incluyendo los datos separados por muro y piso con base a porcentajes estimados.

**210.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A.** Documento denominado "Capacidad productiva de las instalaciones para la fabricación de recubrimientos cerámicos", elaborado por el Instituto de Tecnología Cerámica del 15 de octubre de 2002.
- B.** Carta y características técnico-productivas de dos hornos en producción.
- C.** Perfil de la asociación de constructores italianos. Máquinas y equipo para cerámica con traducción al español.
- D.** Minuta del foro mundial de fabricantes de azulejos de cerámica de 1999, con su traducción al español.
- E.** Indicadores de la industria del país exportador de enero de 1999 a junio de 2001.
- F.** Capacidad instalada de la industria del país exportador de enero de 1999 a junio de 2001.

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

- A.** Los productos rectificadas no son piezas especiales o complementarias.
- B.** El segmento de reposición de consumidores de altos ingresos es muy pequeño. Es claro que el mercado de recubrimientos cerámicos en los Estados Unidos Mexicanos está dividido en dos estratos bien diferenciados de acuerdo con el nivel de ingresos de los consumidores, y que cada uno de estos 2 estratos se subdivide a su vez en un segmento de construcción nueva y un segmento de reposición. En realidad el mercado de reposición en la vivienda es aun menor de lo que a primera vista parece; además es importante recordar que el mercado de la vivienda constituye sólo una parte, si bien la más importante, del mercado de recubrimientos cerámicos en los Estados Unidos Mexicanos.
- C.** Los recubrimientos cerámicos se emplean también en otro tipo de construcciones, como lo son oficinas, espacios comerciales y públicos: En este tipo de obras la lógica dicta que la reposición será aun menor en proporción del mercado total, dado que se trata de grandes espacios que difícilmente se vuelven a recubrir por completo. El mercado de reposición en los estratos de vivienda media, media alta y residencial constituye sólo el 1.4 por ciento de las obras totales que se llevan a cabo en un año promedio. Este porcentaje no puede fundar daño o amenaza de daño a la industria

nacional, que aun en el periodo investigado atiende a segmentos distintos, y mucho mayores del mercado total.

- D.** Para darse cuenta de que el producto español va dirigido al segmento de mercado de reposición de consumidores de altos ingresos, no hace falta sino recordar la resolución de inicio en la que la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales determinó como conclusión de su análisis de precios, en el punto 84, que los recubrimientos cerámicos españoles se vendieron en los Estados Unidos Mexicanos durante el periodo investigado a precios 22 por ciento superiores a los del producto de fabricación nacional.
- E.** Más aún, la propia industria nacional reconoce de manera expresa que tradicionalmente son las importaciones quienes han atendido al estrato superior del mercado en los Estados Unidos Mexicanos. La industria nacional también reconoce de manera expresa que su enfoque de negocios, incluso hasta el periodo investigado, ha sido tradicionalmente la atención del estrato de mercado inferior con respecto a los ingresos de los consumidores.
- F.** La dinámica de los dos estratos es muy distinta, pues en el primero importan la resistencia, durabilidad, innovación y diseño del producto, e influyen la mayor gama de diseños y formatos disponibles, mientras que en el segundo es determinante el precio. Lo anterior se desprende del Informe Anual de 2001 que presentó Internacional de Cerámica, S.A. de C.V. ante la Comisión que regula y supervisa al mercado de valores en los Estados Unidos de América (Securities and Exchange Commission).
- G.** De dicho informe también se desprende que Lamosa reconoce la existencia de un segmento de mercado de productos de lujo y medio lujo, y que no estaba en ese mercado en el periodo investigado sino que apenas comienza a incursionar en él, estimando estar ahí para el año 2003.
- H.** No obstante lo anterior, se adhieren a la respuesta que presenten los importadores no vinculados con relación a los elementos de prueba relativos a que los recubrimientos cerámicos van dirigidos a un segmento muy restringido de reposición de consumidores de altos ingresos.
- I.** En el 2001 la economía mexicana se encontró estancada, aun cuando el primer semestre tuvo un mejor comportamiento económico que el segundo. Indiscutiblemente la industria de la construcción en los Estados Unidos Mexicanos pasó por un periodo mucho más difícil que la economía en general durante el 2001. Los recortes en el gasto público, sobre todo en los rubros de inversión y la reticencia de las empresas para emprender proyectos en un nuevo entorno recesivo y de difícil acceso al crédito bancario tuvieron un efecto adverso. Por su parte, el crédito bancario destinado al sector privado de 2000 a 2001 tuvo una caída de 10.3 por ciento. Como consecuencia de esta reducción en el crédito bancario al sector privado, y de la reducción en la inversión pública, la formación bruta de capital fijo tuvo una tasa anual negativa de crecimiento de 5.9 por ciento en el 2001. En conclusión, la industria de la construcción mostró una tasa anual negativa de crecimiento de 4.5 por ciento para el 2001 como un todo. Una prueba clara de la tendencia desfavorable en la industria de la construcción en el 2001 la constituye el porcentaje de empresas activas en el sector que de 2000 a 2001 mostró una caída de 10.1 por ciento, el personal ocupado en dicha industria tuvo una caída de 24.1 por ciento y el valor total de la producción del sector construcción cayó 21.4 por ciento aun antes de ajustarse por el alza en los precios. Es evidente que esta caída de la industria de la construcción afectó principalmente a la industria nacional de recubrimientos más que a la industria de importación.
- J.** Los créditos otorgados para la vivienda por los principales organismos públicos y privados descendieron de manera importante entre 2000 y 2001. Es importante señalar que las fuentes principales de dicho financiamiento son los organismos e instituciones gubernamentales como el Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores, en lo sucesivo INFONAVIT, el Fondo de Operación y Financiamiento Bancario a la Vivienda, en lo sucesivo FOVI, la Secretaría de Desarrollo Social, en lo sucesivo SEDESOL, y el Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad Social de los Trabajadores al Servicio del Estado, en lo sucesivo FOVISSSTE, que proveen recursos exclusivamente para la vivienda destinada a la población de menores ingresos en el país. Estos créditos son indispensables para dar inicio y continuidad a la construcción de la vivienda básica, social y económica, los 3 estratos inferiores de vivienda en la clasificación de la SEDESOL. Estos también son los estratos de mercado a que están dirigidos los recubrimientos cerámicos de fabricación nacional.
- K.** Por contraste, las importaciones se dirigen al segmento superior del mercado, por lo que la fuerte baja en la actividad de la construcción no afectó de la misma manera a las importaciones, pues éstas están dirigidas a los estratos superiores de la vivienda, y en especial al mercado de

reposición. Los estratos superiores de la vivienda, la vivienda media, media alta y residencial conjuntamente, representan tan sólo el 4.1 por ciento de la demanda anual nacional.

- L.** Como prueba irrefutable de los argumentos expresados se presenta el Informe Anual de 2001 que presentó Internacional de Cerámica, S.A. de C.V., en lo sucesivo Interceramic, ante la Comisión que regula y supervisa al mercado de valores en los Estados Unidos de América.
  - M.** Las empresas no mantienen datos en kilogramos de su producción, sino solamente en metros cuadrados. Los datos se han convertido utilizando el factor de conversión 1 metro cuadrado=17 kilogramos, en todos los casos. Aquellas empresas que mantienen estadísticas de producción separadas en piezas y metros cuadrados, han realizado la conversión estándar 1 pieza=0.03052 metros cuadrados, y se ha aplicado posteriormente el factor 1 metro cuadrado=17 kilogramos.
- 212.** Para acreditar lo anterior, dichas empresas presentaron:
- A.** Producto interno bruto trimestral en el 2001 y primer semestre de 2002, cuya fuente es el INEGI, página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
  - B.** Oferta y demanda final de bienes y servicios en el 2001 y primer semestre de 2002, cuya fuente es el INEGI, página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
  - C.** Indicador global de la actividad económica de 2001 a julio de 2002, cuya fuente es el INEGI, página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
  - D.** Crédito otorgado por tipo de banca y actividad principal de los prestatarios de 1995 a 2001, cuya fuente es el INEGI, página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
  - E.** Características seleccionadas de la industria de la construcción de 1999 a 2001, cuya fuente es el INEGI, página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
  - F.** Créditos para vivienda por principales organismos de 1990 a 2001, cuya fuente es el INEGI, página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).
  - G.** Informe sobre las características técnicas y composición de productos o piezas especiales, elaborado por Manuel González Cudilleiro del 25 de octubre de 2002.
  - H.** Informe anual de Interceramic ante la Securities and Exchanges Commission correspondiente a 2001 con traducción parcial al español.
  - I.** Informe anual de Grupo Lamosa, S.A. de C.V. correspondiente a 2001.
  - J.** Indicadores de las empresas Azulejera La Plana; Cerypsa; Cerámica Saloni; Peris; Cerámica Nulense; Keraben; Cerámicas Fanal; Lucena Cerámicas; Halcón Cerámicas; Porcelanatto; Taullel; Cerpa; Azulejos Plaza; Garogres; Supercerámica; Porcelanosa; Sucesores de Manuel Gómez; Azulev; Venis; Navarti Cerámica; Gresitec; Dual Gres; Azuliber; Cerámicas Azahar; Venus Dos; Venus Cerámica; Incea; Cerámicas Gaya; Cerámica Gómez e Inalco, de enero de 1999 a junio de 2001 en metros cuadrados y kilogramos.
  - K.** Información relativa al tipo de vivienda según promedio de construcción y la distribución por ingresos de los hogares cuya fuente es SEDESOL.
  - L.** Información relativa a la demanda de vivienda con base en la distribución de ingreso por población ocupada cuya fuente es SEDESOL.
- 213.** Baldor; Jamam; Mercado y Bodega de Azulejos y Baños; Papeles Pintados Iberia; Recubre; Rocersa México y Sanimex manifestaron lo siguiente:
- A.** Se presenta una respuesta común de los importadores a algunas preguntas de los requerimientos individuales de información, toda vez que estas preguntas se refieren a información, argumentos y pruebas expuestos por las empresas citadas al rubro en el escrito común de análisis de daño presentado al inicio de nuestra defensa.
  - B.** Los productos especiales son piezas cerámicas que funcionan como complemento a las losetas para muros y pavimentos por lo que no son sustitutos. Las piezas especiales, por lo general, se usan como ornamento, también tienen la función de recubrir partes que requieren formas muy específicas, por tanto poseen formas geométricas que difícilmente pueden ser obtenidas mediante el simple corte manual de una loseta. Debido a estos usos y funciones, se comercializan conjuntamente con recubrimientos para muros y pisos, para formar conjuntos de recubrimientos denominados coordinados o familias, o bien, se venden de manera

independiente, pero siempre se busca consistencia de diseño ornamental con los recubrimientos a los que sirven de complemento.

- C.** La pieza especial cubre una parte mediante una forma geométrica diseñada *ad-hoc* y forma un conjunto armónico con el resto de los recubrimientos, desde el punto de vista arquitectónico y del diseño de los acabados. Las piezas especiales que complementan a recubrimientos cerámicos para muros y pavimentos, en términos generales, se fabrican a partir de una materia prima análoga a la que sirve de insumo para los otros recubrimientos y se somete a un proceso de cocción parecido. Ahora bien, los espesores, resistencia a la abrasión, resistencia al ataque químico, absorción de agua, coeficiente de fricción, resistencia a la flexión deben ser consistentes con los del producto al que le sirven de complemento. Si bien el proceso productivo de las piezas especiales es semejante al de los muros y pisos, está involucrado un trabajo de diseño propio, un mayor trabajo de moldeado y eventualmente un mayor tiempo de cocción. Asimismo, implica que estos productos especiales requieran un trabajo adicional en el proceso de corte, o mayor trabajo de pintado, o mayor tiempo de decorado final, o bien una combinación de todos estos aspectos.
- D.** No se conoce de la existencia de alguna norma técnica oficial específica para los productos especiales.
- E.** Las características principales para distinguir a las piezas especiales de los demás son: dimensiones (las piezas especiales generalmente son pequeñas), forma geométrica (no son necesariamente rectangulares), por su especificación de diseño (la forma puede ser rectangular y las dimensiones semejantes a los recubrimientos, pero su diseño muy especial y elaborado) y combinación de varias de las características anteriores.
- F.** El efecto que ha tenido en el mercado mexicano de recubrimientos cerámicos es que han sustituido a productos como el mármol, linóleo, vinyl y alfombra.
- G.** El uso de un factor de conversión de kilogramos a metros cuadrados inadecuado puede distorsionar las conclusiones de la autoridad en virtud de lo siguiente: a) al cambiar la mezcla de productos cambia el factor de conversión, b) el factor de conversión depende tanto de la composición de productos importados por cada empresa como por la participación de estas empresas en el total de importaciones, c) las cantidades en kilogramos pueden no reflejar las tendencias reales, pues en el extremo, la introducción de más material pesado en un conjunto dado no necesariamente implica mayores metros cuadrados importados y d) la aplicación de un factor de conversión incorrecto lleva a un análisis impreciso en materia de precios, como ya se ha manifestado a la autoridad.
- H.** El hecho de que los consumidores de recursos moderados sean precisamente quienes acceden a los productos nacionales se deduce de un comportamiento general del público consumidor, lo que no significa que en el extremo un consumidor de bajos recursos no acceda al producto importado.
- I.** Existe una clara diferenciación de segmentos de consumidores del producto nacional y del importado.
- J.** Los recubrimientos de fabricación nacional se destinan a consumidores con recursos moderados respecto de los investigados; los lugares de ubicación del producto y el análisis de una muestra de clientes del producto nacional e importado.
- K.** Por causas exógenas, que no dependen del supuesto dumping, un consumidor que requiere un formato grande, se enfrenta al hecho de que este producto no se fabrica nacionalmente. Resulta improcedente decir que en ese caso el consumidor puede cambiar de preferencias y que puede dejar de usar del todo los recubrimientos; los formatos de mayor dimensión proporcionan mayor amplitud visual; 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 y 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 rapidez en la instalación de éstos.
- L.** Se debe exceptuar como no similares a los productos de diseño y formato exclusivo que no se fabrican en los Estados Unidos Mexicanos y cuyos precios sean superiores al de fabricación nacional.

- M.** Las especificaciones generales del producto español están dadas en virtud de los requerimientos a cubrir de conformidad con las normas europeas establecidas por la Comisión Europea de Normalisation.
- N.** Las especificaciones que no cumple el producto nacional son: a) dimensiones o formato (no fabrican formatos grandes, superiores a 25 x 40 en muros y 40 x 40 en pisos durante el periodo investigado), b) espesor (el producto nacional se fabrica en espesores mayores a 9 milímetros y menores a 10 milímetros, esos son los rangos de un gres y semigres clásico, pero en realidad el producto importado puede ser de espesores mayores a 10 milímetros), c) dureza al rayado (valor otorgado por la tabla de mohs, el producto nacional tiene una dureza entre 5 y 7 mohs y el importado de 7 a 9 mohs), d) absorción de agua (el producto nacional tiene límites clásicos de los productos gresificados y semigresificados del 0.5 por ciento hasta 7 por ciento, el producto importado alcanza una absorción de agua de menos 0.5 por ciento).
- O.** Los aspectos de competitividad del producto importado son: diferencias de calidad, diferencias en especificaciones y precios.
- P.** La metodología de daño propuesta por las solicitantes es poco realista y contradictoria por lo siguiente: a) deben resultar de un análisis de bondad de ajuste de este modelo con respecto a otros modelos de pronósticos en series de tiempo; b) deben estar fundamentados en un análisis estadístico que sustente la estructura propuesta para el modelo, sobre todo en lo que se refiere a los periodos de rezago elegidos en la parte autorregresiva, así como en la definición del número de promedios móviles. La elección del número de rezagos no puede ser gratuita, ni arbitraria, ni mucho menos quedar inexplicada como en el modelo ARIMA (modelo para series de tiempo univariadas) de los solicitantes, y c) sus resultados deben ir acompañados de significancia estadística y, en particular, de un análisis de intervalos de confianza, pues los pronósticos en los modelos ARIMA, suelen tener amplios márgenes de varianza (sic), por lo que el pronóstico de un dato puede tener un margen de variabilidad tal, que puede cambiar las tendencias estimadas o hacerlas poco confiables.
- Q.** Los movimientos de precios se explican a partir del comportamiento de las monedas involucradas por lo siguiente: a) los precios españoles ganaron competitividad debido a la devaluación del euro frente al dólar, y b) simétricamente, los precios mexicanos perdieron competitividad al cotizar en dólares, pero además al sobrevaluarse el peso mexicano.
- R.** Jamam señala que en ninguna parte de su comparecencia anterior manifestó, como lo afirma la autoridad en el requerimiento de información, que existe un pronunciamiento por parte de la autoridad competente sobre las prácticas que a su decir, se consideran anticompetitivas, en consecuencia no se puede atender una cuestión o punto que no ha sido expuesto por esta importadora.
- S.** Jamam solicita que se requiera a Vitromex con objeto de que declare si Jamam, antes, durante y con posterioridad al periodo de enero a junio de 2001, le ha pedido distribuir sus productos y, en su caso, las razones por las cuales le ha negado el suministro.
- T.** Las ventas de Baldor incluyen productos diferentes al investigado en la mayor parte de las facturas. Para separar las ventas del producto investigado importado y nacional tendría que acudir a cada factura de venta y capturar la información correspondiente; esta importadora registra ventas de mostrador, es decir, ventas a clientes minoristas, esta captura sería imposible ya que realiza cientos de ventas diariamente.
- U.** El sistema contable de Sanimex no cuenta con la información detallada de ventas por cliente y tipo de producto toda vez que sus ventas son a minoristas y la captura sería imposible, por lo que presenta sus ventas a clientes finales.
- V.** Recubre, en comparecencia del 5 de agosto de 2002 manifestó que cuando un comercio necesita expandirse a otra región del país la mayoría de las veces los fabricantes nacionales no lo permiten por tener compromisos con distribuidores en esa zona, aunque actualmente han favorecido a negocios de cobertura nacional como Home Mart, Home Depot y Arkio, por lo que pueden apreciarse conductas monopólicas. Con todo y estas limitaciones, Recubre adquiere el producto nacional, ya que existe un mercado claramente identificado que debe ser atendido. Pero al mismo tiempo gracias al proceso de globalización y a la apertura comercial que vive el país, la empresa puede contar con dos distintas estructuras de mercado: una que atiende al consumidor de mercancías nacionales y otro que atiende a otro tipo de consumidor que desea un producto exclusivo y diferenciado.

- W.** Para Recubre fue imposible tener una idea precisa de los “sectores o segmentos” a que pertenece el 50 por ciento de los clientes de la empresa, por el periodo en cuestión. Ante esta imposibilidad práctica y con el ánimo de cooperar con la autoridad en la investigación proporciona la información relativa a los sectores o segmentos.
- X.** Rocersa México importó únicamente de su proveedor relacionado, Roig Cerámica.
- Y.** La metodología que Rocersa México siguió es a base de estimación de los volúmenes de piezas especiales a partir de inferir el precio promedio de las piezas especiales en cada periodo.
- Z.** Los clientes de Rocersa México son distribuidores que se ubican fundamentalmente en zonas de ingreso medio alto y alto, pues el producto importado es de altos precios y es consumido por sectores de la población de ingreso alto.
- 214.** Para acreditar lo anterior, dichas empresas presentaron:
- A.** Gráficas de importaciones de alfombras y losetas de vinilo en valor y volumen de 1999 a 2001, cuya fuente es The World Trade Atlas.
- B.** Diversas cartas y encuestas del público consumidor de recubrimientos cerámicos, con fecha octubre de 2002, en donde manifiestan el uso o destino del producto nacional e importado que adquirieron.
- C.** Normas establecidas por Comisión Europea de Normalisation.
- D.** Importaciones de Jamam de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- E.** Ventas de Jamam del producto nacional e importado de enero a junio de 2000 y 2001.
- F.** Pedimentos de las importaciones realizadas por Jamam y sus correspondientes facturas.
- G.** Importaciones de Sanimex, de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- H.** Ventas de Sanimex, de enero a junio de 2000 y 2001.
- I.** Pedimentos de las importaciones realizadas por Sanimex y sus correspondientes facturas.
- J.** Importaciones de Recubre de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- K.** Importaciones de Recubre de julio a diciembre de 2000 y estimación para 1999.
- L.** Ventas del producto nacional e importado de Recubre de enero a junio de 2000 y 2001.
- M.** Relación de facturas de Recubre del primer semestre de 2000 y 2001 para identificar segmentos por clientes y copia de dichas facturas y sus respectivos pedimentos de importación.
- N.** Relación de pedimentos de importación de Baldor, por proveedor de enero a junio de 1999, 2000 y 2001 y de julio a diciembre de 1999 y 2000.
- O.** Ventas del producto nacional e importado de Baldor, de enero a junio de 2000 y 2001.
- P.** Relación de pedimentos de importación de Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- Q.** Relación de importaciones de Mercados y Bodega de Azulejos y Baños, separando pisos, muros y productos especiales de julio a diciembre de 1999, 2000 y 2001.
- R.** Ventas del producto nacional e importado de Mercado y Bodega de Azulejos y Baños de enero a junio de 2000 y 2001.
- S.** Pedimentos de importación y sus correspondientes facturas de las importaciones realizadas por Mercado y Bodega de Azulejos y Baños.
- T.** Relación de pedimentos de importación de Papeles Pintados Iberia, de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- U.** Ventas del producto investigado de Papeles Pintados Iberia, de enero a junio de 2000 y 2001.
- V.** Relación de pedimentos de importación de Papeles Pintados Iberia, por proveedor, copia de dichos pedimentos y las facturas correspondientes.
- W.** Relación de pedimentos de importación de Rocersa México de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- X.** Importaciones de Rocersa México, por recubrimiento cerámico para piso, muro y piezas especiales de julio a diciembre de 1999 y 2000.

- Y. Ventas del producto investigado a los principales clientes de Rocersa México, de enero a junio de 1999 y 2000.
- 215.44.** Ballesmar de México manifestó lo siguiente:
- A. Presenta argumentos en el escrito de respuestas comunes presentado por las empresas exportadoras.
  - B. Como se contestó en el formulario de investigación, la empresa no tiene en su poder la contabilidad por lo que está imposibilitada para proporcionar información de las operaciones de importación, estimación de las importaciones en los periodos de enero a junio de 1999, 2000 y 2001, así como las ventas a cada uno de sus clientes de enero a junio de 2000 y 2001.
- 216.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:
- A. Carta de Ballesmar de México de fecha 26 de octubre de 2002.
  - B. Copia de pedimentos de importación con sus correspondientes facturas del periodo investigado.
- 217.45.** Casa Ortiz presentó lo siguiente:
- A. Relación de importaciones correspondientes al segundo semestre de 1999 y de los años 2000 y 2001 por proveedor, separando las compras de pisos, muros y piezas especiales.
  - B. Relación de ventas del producto nacional e importado del primer semestre de los años 2000 y 2001.
  - C. Pedimentos de importación requeridos con sus correspondientes facturas.
- 218.46.** Cerfomex presentó argumentos en el escrito de respuestas comunes presentado por las empresas exportadoras y anexó lo siguiente:
- A. Importaciones de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
  - B. Ventas de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 2000 y 2001.
  - C. Copia de pedimentos de importación y facturas en el periodo investigado.
- 219.** Comercializadora de Cerámica manifestó lo siguiente:
- A. Se adhiere a las respuestas proporcionadas por los importadores comparecientes.
  - B. El sistema contable de la empresa no cuenta con la información detallada que permita dar una respuesta completa sobre las ventas a sus principales clientes por producto. El producto investigado que compró es el mismo que vendió durante el periodo sujeto a investigación.
- 220.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:
- A. Relación de importaciones correspondientes al primer semestre de los años de 1999 a 2001.
  - B. Relación de importaciones del primer semestre de los años de 1999 a 2001 por proveedor, separando las compras de pisos, muros y piezas especiales.
  - C. Pedimentos de importación requeridos con sus correspondientes facturas.
- 221.47.** GNK manifestó lo siguiente:
- A. Presenta argumentos en el escrito de respuestas comunes presentado por las empresas exportadoras.
  - B. Respecto a la información individualizada de las operaciones de importación en el periodo de enero a junio de 1999, 2000 y 2001, los kilogramos de piso, muro y productos especiales se obtuvieron prorrateando los kilos totales de cada factura entre los importes de piso, muro y productos especiales considerados, comparados dentro del periodo investigado. Para obtener el correcto tipo de cambio se utilizó el tipo de cambio que se aplicó en cada pedimento de importación.
  - C. Las estimaciones de las importaciones realizadas en el periodo de julio a diciembre de 1999, 2000 y 2001 se han llevado a cabo tanto en importes como en cantidades de metros cuadrados comparados para los segundos semestres de los años requeridos obtenidas del sistema informático de la empresa matriz. En cuanto a los kilogramos obtenidos para cada uno de los productos requeridos, muros, pisos y productos especiales, se utilizó un método de prorrateo.

Para utilizar un tipo de cambio aproximado para el total de las ventas de los segundos semestres se utilizó como estimación más exacta el tipo de cambio del último mes del semestre anterior. Como productos especiales consideramos las piezas especiales utilizadas en la decoración de nuestros productos, decorados, molduras, zocaladas, listelos.

- D. Respecto a las ventas a cada uno de los clientes puestas en bodega, para aplicar el tipo de cambio correctamente se utilizó el tipo de cambio medio del total de los pedimentos de importación durante los periodos de enero a junio de 2000 y 2001, para cada una de las ventas reportadas en los mismos periodos.

**222.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A. Importaciones de recubrimientos para pisos, mu ros y productos especiales de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- B. Ventas de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 2000 y 2001.
- C. Tipo de cambio medio de los pedimentos de enero a junio de 2000 y 2001.
- D. Copia de pedimentos de importación y facturas en el periodo investigado.

**223.** Lamosa, Porcel, Porcelanite y Vitromex manifestaron lo siguiente:

- A. Las características de las piezas especiales producidas por Vitromex son las siguientes: los productos tipo cenefas, listelos, zoclos y molduras pueden estar constituidos por diferentes tipos de materiales tanto en el cuerpo como en el esmalte, ya que tales productos acompañan al fondo del piso o muro; las piezas especiales se fabrican con pasta Cottoforte y/o Semigres; los productos decorados pueden tener acabados diversos, tales como lustres, granillas, reactivos, metalizados, etc., estos acabados pueden variar según el tipo de mercado, fabricante y uso; asimismo los acabados pueden ser brillantes, mates, mixtos y superficies pulidas.
- B. Las características de las piezas especiales producidas por Porcelanite son las siguientes: a) cenefas y listelos son losetas cerámicas compuestas por arcillas y esmaltadas o vidriadas en cara principal, sometidas a temperaturas aproximadas a 1050 grados centígrados en proceso de biccoción y en caso de requerir una tercera o cuarta cocción se someten a una temperatura aproximada a los 900 grados centígrados; b) zoclos son losetas cerámicas prensadas, compuestas por arcillas y esmaltadas o vidriadas en cara principal, sometidas a temperaturas aproximadas a 1100 grados centígrados en proceso de biccoción, estas piezas siempre se utilizan como remates o adornos en pisos; c) molduras, piezas especiales y trims son losetas cerámicas prensadas, compuestas por arcillas y esmaltadas o vidriadas en cara principal, sometidas a temperaturas aproximadas a 1100 grados centígrados en proceso de biccoción, pueden presentar varias caras principales, también se determina con este nombre a piezas cerámicas con dimensiones menores a medidas de 11 por 11 centímetros.
- C. Las piezas rectificadas no se consideran como piezas especiales toda vez que se trata de recubrimientos para piso o muros a los cuales por medio de discos de corte se les rectifican los cantos, dando como resultado recubrimientos con una variación máxima en calibre de 0.1 por ciento respecto a la medida nominal.
- D. La información reportada por Vitromex y Lamosa no incluye los productos especiales. Respecto a Porcelanite, por limitaciones del sistema de información no es posible excluir estos productos para generar nuevamente la información.
- E. Por lo que se refiere a las máquinas decorativas Multiroll y Rotocolor, las 2 máquinas logran sincronizar un producto con 4 serigrafías; las 2 máquinas vienen con 4 cabezas. Una ventaja que tiene Multiroll es que se pueden separar las máquinas, lo que significa que si en una línea sólo se tienen productos con 3 serigrafías, en ella se pueden dejar 3 cabezas y la otra máquina se puede aprovechar en otra línea como máquina de serigrafía individual; las 2 máquinas trabajan de manera similar en la aplicación de serigrafías de profundidad y de poca profundidad; la máquina Rotocolor tiene una definición de la serigrafía que aplica similar a la que ofrece Multiroll, sin embargo, tiene el inconveniente de que el llenado de tinta de los orificios del rodillo de silicón no es completo aun cuando la línea de esmalte va llena y a una velocidad regular, ocasionando variación del tono en el producto terminado.
- F. El dato proporcionado respecto a que el 75 por ciento del consumo de recubrimientos se destina al mercado de remodelación es una cifra estimada con base en la experiencia de la industria

nacional, así como de la información que en tal sentido reciben las empresas solicitantes de sus distribuidores y que se complementa con los datos de los embarques que se hacen para entrega directa en obras.

- G.** Es posible incorporar al producto interno bruto, en lo sucesivo PIB, como variable en el pronóstico como forma de incorporar información futura.
- H.** En el periodo analizado el comportamiento de las importaciones de otros países no fue consistente, a diferencia de las importaciones investigadas que mostraron extraordinaria dinámica; la participación de la importación no investigada en el total importado tuvo una caída de 10 puntos porcentuales en el periodo analizado; las importaciones no investigadas se reparten entre varios países. Ante tal situación de variabilidad por tratarse de un segmento pequeño de las importaciones totales y más todavía del CNA vinculado a movimientos difíciles de pronosticar, se consideró conservadoramente que se trataba de un elemento estático que no tendría incremento a corto plazo.
- I.** En el caso de Lamosa, los porcentajes del margen de contribución, utilidad de operación y utilidad neta se ven afectados hacia abajo debido principalmente a la disminución del precio de venta esperado. Estos resultados también son afectados por el menor volumen de metros cuadrados que se esperan vender en el primer semestre de 2002 en relación con el primer semestre de 2001.
- J.** Respecto a Vitromex, la estimación para el primer semestre de 2002 se llevó a cabo durante el mes de marzo del presente año, el mercado presentaba signos de desaceleración, las importaciones estaban tomando una participación cada vez más importante del mercado, lo que nos llevó a estimar que las importaciones crecerían; todo lo anterior nos conducía a pensar que durante el primer semestre de 2002 las ventas de la industria nacional se reducirían; los precios dumping de los exportadores españoles invitó a los importadores a traer más producto, por lo que para mantenerse competitiva la empresa tuvo que reducir sus precios con un impacto importante en la rentabilidad. Esta tendencia se ha visto reflejada en el estado financiero de este año.
- K.** Para Porcelanite, la proyección de ventas se realizó a partir de los resultados del modelo estadístico empleado para la determinación del CNA, con base en esto se estimó un decremento en las ventas tanto en volumen como en valor. En virtud de que las empresas solicitantes representan el 65 por ciento de la producción nacional, el comportamiento de los indicadores económicos y financieros proyectados por las solicitantes para el primer semestre de 2002 acreditan el comportamiento de los indicadores de la industria nacional en el futuro inmediato toda vez que estas empresas constituyen más del 50 por ciento de la producción total del producto similar.
- L.** Respecto de Lamosa, la inversión anunciada en el periódico El Financiero para aumentar la capacidad instalada permitirá modernizar el proceso de producción con tecnología de punta, con lo cual se podrán obtener costos unitarios más competitivos necesarios para poder seguir subsistiendo en esta industria. Por otro lado, el cierre de algunas líneas en las plantas de Tlaxcala y Monterrey se justificó en su momento por el incremento importante que se dio en los inventarios, sin embargo, esto tampoco significa el cancelar proyectos de modernización tecnológica, independientemente de que las importaciones a precios dumping tendrán un efecto en el proyecto de inversión. Asimismo, los precios del gas natural en el segundo semestre de 2001 no tuvieron impacto en el resultado del negocio ya que éstos no sufrieron incremento en ese semestre, inclusive se presentó una disminución en el costo por la optimización de consumo. No se puede decir que hubo una sobreoferta del mercado, lo que pasó es que el mercado creció menos de lo que se esperaba y el poco crecimiento que se tuvo en gran parte lo cubrieron las importaciones originarias del Reino de España, esto originó que los indicadores económicos de la empresa se vieran afectadas a la baja.
- M.** Con relación a Vitromex, debido a las altas fluctuaciones que se presentaban en el precio del gas a nivel nacional la industria nacional, incluyendo Vitromex se acogió a un programa de cobertura ofrecido por Petróleos Mexicanos, en lo sucesivo PEMEX, que permitió mantener un precio constante de \$4.00 USD/MM BTU. El costo del gas en los años anteriores al segundo semestre de 2000 había estado muy por debajo del precio de cobertura. No se puede decir que existió una sobreoferta del mercado, lo que pasó es que el mercado creció menos de lo que se esperaba, y el poco crecimiento que se tuvo en gran parte lo cubrieron las importaciones originarias del Reino de España, esto hizo que los productores nacionales bajaran sus precios para poder

seguir compitiendo con los productos importados de ese país, lo que afectó la rentabilidad del negocio.

**N.** Por lo que se refiere a Porcelanite, el 8 de febrero de 2001 se celebró con PEMEX Gas y Petroquímica Básica un "Convenio de Venta de Primera Mano a Precio Fijo para 3 años", si bien es cierto que dotó de certidumbre a los costos, al final ha incidido negativamente en ellos, particularmente por el hecho de que desde el mes de junio de ese mismo año el precio de mercado se había ubicado por abajo del precio fijo comprometido. El crecimiento observado de las importaciones españolas en el periodo investigado y el hecho de que el mercado no creció al ritmo en el que lo había hecho en años anteriores, generó una sobreoferta en el mercado que obligó al cierre temporal de una de las plantas. Asimismo, los recubrimientos fabricados en la planta de San José Iturbide son exclusivamente para piso y se presentan en dos procesos, loseta con textura brillante y losetas cerámicas prensadas. Debido a que esta planta incorpora tecnología de punta, ofrece una gran versatilidad en cuanto a la posibilidad de fabricar pisos cerámicos de poco o alto valor agregado, con lo que se puede atender cualquier segmento de mercado; para aprovechar las ventajas que ofrece esta planta se ha procurado la fabricación de pisos semigres en bicocción y piso porcelanato esmaltado, que son productos propios para segmentos medio y alto del mercado. Los pisos de porcelanato esmaltado son productos de alta resistencia y dureza, siendo ésta la única planta en todo Hispanoamérica que cuenta con instalaciones para la realización de los procesos que dan como resultado este tipo de recubrimiento. La inversión de la nueva planta se debió a la inercia y expectativas que existían de mercado al momento en que se concibió el proyecto, además de que en esta planta se fabricaría un nuevo producto que vendría a sustituir importaciones; debido a la magnitud de una planta, se requiere de un promedio de 2 años entre su planeación y puesta en marcha, lo que dificulta cualquier forma de reacción ante eventos inesperados y más aún de las prácticas desleales de comercio en las que han incurrido los exportadores españoles.

**224.** Para acreditar lo anterior, dichas empresas presentaron:

- A.** Catálogo de máquina Multiroll.
- B.** Catálogo de máquina Rotocolor.
- C.** Ventas netas de enero a junio de 2001.
- D.** Descripción de la metodología utilizada en los pronósticos de las importaciones originarias del Reino de España y el CNA de recubrimientos cerámicos.
- E.** Copia de pedimentos de importación y facturas para el periodo investigado.
- F.** Estados financieros de Lamosa por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2000 y 2001.
- G.** Flujo neto de efectivo del proyecto de inversión en la planta de San Luis Potosí.
- H.** Diversos documentos para acreditar la existencia del proyecto de inversión.
- I.** Carta de la Comisión Federal de Electricidad del 3 de junio de 2002.
- J.** Estados financieros de Vitromex y Porcelanite Holding, al 31 de diciembre de 2000 y 2001.

**225.48.** Peronda México presentó argumentos en el escrito de respuestas comunes presentado por las empresas exportadoras y anexó los siguientes medios de prueba:

- A.** Importaciones de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 1999, 2000 y 2001.
- B.** Ventas de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 2000 y 2001.
- C.** Copia de pedimentos de importación y facturas en el periodo investigado.

**226.** Porcelanosa México presentó argumentos en el escrito de respuestas comunes presentado por las empresas exportadoras y anexó los siguientes medios de prueba:

- A.** Importaciones de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de julio a diciembre de 1999, y de enero a junio de 2000 y 2001 de Porcelanosa y Venis.
- B.** Ventas de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 2000 y 2001 de Porcelanosa y Venis.
- C.** Copia de pedimentos de importación y facturas del periodo investigado.

**227.49.** Roig Cerámica manifestó lo siguiente:

- A.** Roig Cerámica se adhiere a las respuestas proporcionadas por Baldor, Jamam, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Recubre, Rocersa México y Sanimex.
- B.** Las piezas especiales en general cuentan con las características siguientes: a) complementan estéticamente los pisos y/o recubrimientos cerámicos; b) el cuerpo o soporte: llamado bizcocho, es de diferentes colores, desde el blanco o claro (ligeramente grisáceo, crema o marfil) o de color, que va del ocre al pardo amarillento o rojizo, sin que el color afecte por sí mismo a las cualidades del producto, es de textura fina y homogénea; c) superficie: la cara vista está cubierta por un esmalte vitrificado, que puede ser blanco, monocolor, marmoleado, multicolor o puede estar decorado con motivos diversos; d) composición: las piezas complementarias o piezas especiales, al igual que los pisos o azulejos son fabricados a partir de composición de arcillas y otras materias primas inorgánicas sometidas a procesos de cocción; e) piezas especiales a base de cortes hidráulicos: la técnica del corte hidráulico consiste básicamente en cortar las piezas cerámicas de piso y/o azulejo, con agua a gran presión. Este sistema permite una gran precisión en el corte y la posibilidad de realizar bellos diseños; f) otras tendencias para piezas especiales: existen otras tendencias decorativas que pasan por la combinación de otros materiales como resinas, metales y vidrio con la cerámica y g) tipología: variedad de formatos de piezas decorativas para pavimentos y revestimiento ya que son de muy diversas medidas y formas, las piezas complementarias tienen usos principalmente decorativos combinadas con las baldosas cerámicas básicas; dentro de una gran variedad, son de uso frecuente los listelos, molduras, medias cañas, torel os, cenefas, esquinas, tacos y decorados o insertos, rodapiés o zoclos.
- C.** Las piezas especiales para piso son: cenefas, esquinas, tacos y decorado o inserto; dentro del conjunto de piezas complementarias o piezas especiales, existen también los sistemas o conjuntos de piezas de medidas, formas o colores diferentes que juntas cumplen una función o uso común.
- D.** Las piezas especiales para muro son: cenefa, listelos, y media caña o moldura. Otras piezas especiales son: zoclo o rodapié, ángulo y torel o.
- E.** Otras características técnicas son: espesor, dureza y absorción de agua de los recubrimientos a los que sirven de complemento. Son piezas con una función ornamental.
- F.** Los precios españoles ganaron competitividad debido a la devaluación del euro frente al dólar. Simétricamente los precios mexicanos perdieron competitividad al cotizarse en dólares, pero además al sobrevaluarse el peso mexicano.

**228.** Para acreditar lo anterior presentó relación de producción y ventas a los Estados Unidos Mexicanos y a otros países, separando piezas especiales y recubrimientos cerámicos con conversión de metros cuadrados a kilogramos, correspondientes al primer semestre de los años de 1999 a 2001.

**229.50.** Superficies Decorativas presentó los siguientes medios de prueba:

- A.** Importaciones de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de 2000 y 2001.
- B.** Ventas de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 2000 y 2001.
- C.** Copia de pedimentos de importación y facturas del periodo investigado.

**230.** Tau México hace suyos los argumentos del escrito de respuestas comunes presentado por las empresas exportadoras y anexó los siguientes medios de prueba:

- A.** Importaciones de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a diciembre de 2001.
- B.** Ventas de recubrimientos para pisos, muros y productos especiales de enero a junio de 2001.

**231.51.** La Secretaría requirió a las empresas Comercializadora de Productos Cerámicos, S.A. de C.V., en lo sucesivo Comercializadora de Productos Cerámicos; Dal Tile México, S.A. de C.V., en lo sucesivo Dal Tile, e Interceramic, información relativa a producción e importación de recubrimientos cerámicos, otorgándoles un plazo que venció el 21 de octubre de 2002.

**232.** Asimismo, la Secretaría requirió a 56 agentes aduanales copia de diversos pedimentos de importación y facturas del periodo de enero a junio de 2001. Dieron respuesta a dicho requerimiento 45 agentes aduanales.

**233.52.** El 21 de octubre de 2002, la Secretaría otorgó a las empresas Dal Tile e Interceramic, así como a 5 agentes aduanales, una prórroga de 5 días hábiles para dar respuesta a los requerimientos formulados, que venció el 29 de octubre de 2002.

**234.53.** En respuesta al requerimiento de información formulado por la Secretaría con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Dal Tile, el 30 de octubre de 2002 manifestó lo siguiente:

- A.** Es una empresa fundada en 1955 siendo su actividad principal la fabricación de recubrimientos cerámicos.
- B.** La razón por la que apoya la investigación de productos cuyo origen es el Reino de España es porque han provocado un desplazamiento de la producción nacional en el mercado mexicano y sobre todo una baja en los precios.
- C.** Como empresa productora está afiliada a la Cámara Nacional de la Industria de Transformación.
- D.** Realiza importaciones de recubrimientos cerámicos pero exclusivamente en forma temporal bajo el esquema PITEX.
- E.** Debido a las importaciones se han sufrido los siguientes efectos:
  - a.** En el periodo investigado las ventas al mercado interno mostraron un crecimiento inferior al observado en el periodo similar.
  - b.** La producción en el periodo investigado mostró una disminución, esto ocasionó una baja en la utilización de la capacidad instalada.
  - c.** En dicho periodo los inventarios tuvieron un incremento, asimismo el empleo disminuyó.
  - d.** En el periodo analizado de 1999 a 2000, la utilidad de operación decreció como resultado de una disminución en el precio al mercado interno.

**235.** Para acreditar lo anterior, dicha empresa presentó:

- A.** Estados financieros al 31 de diciembre de 2000 y 1999.
- B.** Estados financieros al 31 de diciembre de 2001 y 2000.
- C.** Diagrama de proceso de producción.
- D.** Catálogo de productos de 2001.

**236.54.** En respuesta al requerimiento de información formulado por la Secretaría con fundamento en el artículo 54 de la LCE, Interceramic, el 30 de octubre de 2002, manifestó que había evaluado concienzudamente la pertinencia de continuar participando en la investigación concluyendo que la empresa carece de interés jurídico en el resultado de la misma.

**237.** Adicionalmente, la Secretaría requirió a las empresas Almacenadora Afirme, S.A. de C.V.; Almacenadora Bital, S.A. de C.V. y Almacenadora de Depósito Moderno, S.A. de C.V., en lo sucesivo Almacenadora Afirme, Almacenadora Bital y Almacenadora de Depósito Moderno, respectivamente, copia de pedimentos de importación y facturas del periodo de enero a junio de 2001. Dieron respuesta a dicho requerimiento Almacenadora Bital y Almacenadora Afirme, el 21 y 25 de noviembre de 2001, en ese orden.

**238.** Con fundamento en los artículos 149 y 152 del RLCE, la Secretaría requirió a las empresas Cerámica Nulense; Cerypsa y Navarti Cerámica, la reclasificación de la información de su respuesta al requerimiento presentada el 21 de octubre de 2002, otorgándoles un plazo que venció el 31 de octubre de 2002. Dieron respuesta a dicho requerimiento en tiempo y forma las empresas mencionadas, en los siguientes términos.

**239.** Cerámica Nulense argumentó lo siguiente:

- A.** La relación existente entre Cerámica Nulense y cada una de sus tres comercializadoras (Stylnul, S.A., Gresdur XXI, S.A. y Cerámica Tesany, S.L.), es la siguiente: Cerámica Nulense se dedica única y exclusivamente a la fabricación de pavimentos y revestimientos cerámicos, cuya producción es vendida en su totalidad a sus 3 comercializadoras, en la proporción que a cada una de ellas le demandan sus clientes. Los precios a los que se les vende el producto a las comercializadoras obedecen a los precios que previamente han sido estimados por Cerámica Nulense después de cubrir sus costes y gastos generales, incrementando un porcentaje que previo estudio se estima conveniente.

- B.** La política de comercialización no es otra que la de cubrir las necesidades de los clientes de las distintas comercializadoras en base a los pedidos que éstos realizan. Los términos de venta siempre son ex fábrica, pues el almacén de producto terminado de las comercializadoras se encuentra ubicado en las propias instalaciones de la productora en donde se realizan todas y cada una de las cargas sin excepción. Las operaciones de venta se registran factura por factura con cargo a cada uno de los clientes a los que corresponde una determinada operación o venta.
- C.** Para calcular los metros vendidos sólo hay que multiplicar el número de piezas por dicha medida. Este coeficiente de conversión se calcula multiplicando la longitud en metros por la altura también en metros de la misma.
- D.** Cada artículo de los reportados solamente pueden venderse en su unidad de venta, es decir las piezas especiales sólo pueden venderse en piezas, y el resto de los artículos sólo pueden venderse en metros cuadrados.
- E.** En los pocos casos en los que los productos exportados a los Estados Unidos Mexicanos no tuvieron ventas en el mercado interno, el procedimiento de elección de un producto similar fue el siguiente: se procuró elegir el producto con las ventas representativas de la misma familia y formato, y bien se elegía el mismo producto en otro color, o si no era posible se seleccionaba otro modelo que aunque tuviera un diseño diferente tuviera el color más aproximado posible al original.
- F.** Consideramos que las mercancías reportadas en el mercado interno son ampliamente representativas. Para los casos en los que no existiesen ventas de códigos idénticos, se constata que se reportaron en las bases de datos, en su momento, productos muy similares a los exportados a los Estados Unidos Mexicanos.
- G.** Consideramos que las ventas en el mercado interno eran suficientemente representativas.

**240.** Cerypsa argumentó lo siguiente:

- A.** Puesto que la contabilidad de la empresa está en euros, las discrepancias existentes entre los totales reportados en el anexo 1 y el diagrama 1 se deben a diferencias del tipo de cambio.
- B.** Reportamos todos los datos en metros cuadrados en la base de datos, utilizando la sencilla metodología consistente en obtener la superficie individual de cada pieza especial a través de sus dimensiones. Multiplicamos la superficie individual de cada pieza por el número de piezas de cada operación para obtener los metros cuadrados equivalentes en cada operación. Consideramos que no es necesario aportar soporte documental de una operación matemática conocida.
- C.** Los códigos de producto de las transacciones realizadas en piezas sólo y exclusivamente se comercializan en estas unidades, nunca en metros cuadrados.

**241.** Navarti Cerámica argumentó lo siguiente:

- A.** Las discrepancias existentes entre el anexo 1 y el diagrama 1 corresponden a errores al trabajar con la hoja de Excel, al cortar y pegar líneas, de hecho se comprobó al detectar diferencias entre las facturas presentadas y lo reflejado en los cuadros correspondientes. En ningún momento se pretendió ocultar información puesto que se enviaron las facturas que precisamente correspondían a los errores detectados por la autoridad.
- B.** Los códigos de producto correspondientes a piezas, sólo las facturamos como piezas, no admitiendo nuestro sistema de control otro tipo de facturación.
- C.** En todas nuestras facturas a clientes de exportación aparecen las iniciales EXW, ex fábrica. El incoterm ex fábrica, según definición de la Cámara de Comercio Internacional, significa que el vendedor hace la entrega de la mercancía al situarla a disposición del comprador en el propio almacén del vendedor sin asumir coste o responsabilidad adicional en el transporte. Por definición, el título y riesgo de la mercancía pasan, desde ese punto hasta destino, al comprador, quien asume el coste de transporte y seguro de la mercancía.
- D.** Respecto a asegurarse de que en los listados de operación de venta al mercado interno y de exportación no se omitieron datos, éstos se obtuvieron directamente de nuestro programa de contabilidad y control, se traspasó al programa Access y se copió a Excel y se intentó en todo momento indicar todas las transacciones y no excluir ninguna. Las discrepancias detectadas corresponden a errores producidos al trabajar con la hoja Excel al cortar y pegar líneas para adaptarnos a sus peticiones de información.
- E.** Los códigos de producto reportados en la base de datos no corresponden a los reportados en la muestra de facturas de venta al mercado interno, algunos códigos de producto reportados en la base de datos no corresponden a los reportados en la muestra de facturas de venta al

mercado mexicano, y no se reportó la totalidad de las transacciones efectuadas al mercado mexicano debido a errores producidos al trabajar con la hoja Excel al cortar y pegar líneas para adaptarnos a sus peticiones de información.

**242.** El 5 de noviembre de 2002, la Secretaría requirió a la AMPREC información relativa a la situación del mercado nacional de recubrimientos cerámicos.

**243.55.** El 13 de noviembre de 2002, la Secretaría otorgó a la AMPREC una prórroga de 7 días hábiles para dar respuesta al requerimiento de información, que venció el 26 de noviembre de 2002.

**244.** La AMPREC dio respuesta al requerimiento de referencia en tiempo y forma, anexando los siguientes medios de prueba:

- A.** Indicadores económicos de 7 empresas mexicanas de recubrimientos cerámicos, de enero de 1999 a junio de 2001.
- B.** Capacidad instalada de dichas empresas de enero de 1999 a junio de 2001.
- C.** Proporción de ventas de piezas especiales en relación con la venta total, de 2000 a junio de 2001.
- D.** Tipo de cambio utilizado para convertir pesos de venta nacional a dólares.

## **CONSIDERANDO**

### **Competencia**

**245.** 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**

**246.** Las empresas Lamosa, Porcel, Porcelanite y Vitromex, representan en conjunto el 67 por ciento de la producción nacional de recubrimientos cerámicos, lo cual actualiza el supuesto contenido en los artículos 40 y 50 de la LCE y 60 y 75 del RLCE.

### **Legislación aplicable**

**247.56.** 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**

**248.** Con fundamento en el artículo 6.8 del Acuerdo Antidumping y 54 de la LCE, la Secretaría desestimó las respuestas de Alaplana México a los requerimientos formulados por la Secretaría, señaladas en los puntos 137, 138, 207 y 208 de esta Resolución, en virtud de haber sido presentadas extemporáneamente, toda vez que el plazo para dar respuesta a los mismos venció el 4 y 11 de octubre de 2002.

**249.** Asimismo con fundamento en el artículo 271 del Código Federal de Procedimientos Civiles de aplicación supletoria, la Secretaría desestimó el documento intitulado Special Glazing Companies/Speciales Colorifici, señalado en los puntos 20, inciso J y 42, inciso N de esta Resolución, presentado por las empresas Baldor; Comercializadora de Cerámica; Jamam; Mercado y Bodega de Azulejos y Baños; Papeles Pintados Iberia; Porcelanatto; Recubre; Rocersa México y Sanimex, en virtud de no haber acompañado la traducción correspondiente.

### **Argumentos de las empresas comparecientes**

**250.** Respecto de los argumentos y alegatos presentados por las partes interesadas y señalados en el punto 19 de esta Resolución, se hacen los siguientes comentarios:

- A.** La Secretaría considera que las personas identificadas como María del Refugio Mejía Covarrubias, Héctor Vázquez Tercero y Adrián Vázquez Benítez acreditaron debidamente su personalidad como representantes legales de la empresa Lamosa, a través de la escritura pública número 7,036, tirada ante la fe del Notario Público número 3 del Estado de Nuevo León, licenciado Emilio Cárdenas Estrada, de fecha 31 de julio de 2001, toda vez que la misma se otorgó ante notario público, el cual, conforme a la legislación en la materia, está investido de fe

pública para hacer constar la autenticidad de actos y hechos que la requieran, ya sea por disposición de ley o atendiendo a su naturaleza.

- B.** En este sentido, si el notario hizo constar en dicha escritura que la personalidad del poderdante, así como la existencia y subsistencia legal de su representada fueron debidamente acreditadas ante él, con los documentos que se anexaron al apéndice de su Protocolo, esta Secretaría no tiene ninguna razón para considerar lo contrario.
- C.** Respecto a la carta de la AMPREC que presentaron los productores nacionales en su solicitud de inicio de investigación, esta Secretaría determinó que era idónea para acreditar su participación dentro de la producción nacional y no se tuvo prueba en contrario, razones por las cuales le otorgó pleno valor probatorio.
- D.** No es correcto lo manifestado por las promoventes respecto a que no se analizó la exactitud y pertinencia de las pruebas aportadas por las solicitantes, ya que la Secretaría examinó con todo detalle dichas pruebas y concluyó que se habían presentado pruebas suficientes de la discriminación de precios, del daño y de su relación causal, tal como se desprende de los puntos 23 a 141 de la resolución de inicio, asimismo determinó que dichas pruebas eran pertinentes al estar relacionadas de manera directa con el hecho alegado, por lo que procedió a declarar el inicio de la investigación.

### **Análisis de discriminación de precios**

**251.57.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría recibió respuesta al formulario oficial y a los requerimientos de información adicional, por parte de las siguientes empresas exportadoras: Azulejos Plaza; Azulev; Azuliber; Cerámicas Gaya; Cerámica Gómez; Cerámica Nulense; Cerámicas Azahar; Cerpa; Cerypsa; Dual Gres; Cerámicas Fanal; Garogres; Gresitec; Halcón Cerámicas; Incea; Inalco; Keraben y su empresa importadora relacionada GNK; Lucena Cerámicas; Navarti Cerámica; Peris y su empresa importadora relacionada Peronda México; Porcelanosa y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México; Roig Cerámica y su empresa relacionada Rocersa México; Cerámica Saloni; Sucesores de Manuel Gómez; Supercerámica; Taullel y su empresa importadora relacionada Tau México; Venis y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México; Venus Cerámica y Venus Dos. El análisis de la información presentada por estas empresas se describe de manera detallada en los puntos 275 al 718 de esta Resolución.

**252.58.** En sus respuestas al formulario oficial, las empresas exportadoras Colorker; Colorker Porcelánico; Hijos de Cipriano Castello; Italcerámica y Azulejos Cabrera, no presentaron completa la información solicitada; asimismo aun cuando Ballesmar sí presentó completa su respuesta al formulario, su empresa relacionada Ballesmar de México no lo hizo, por lo que la Secretaría estuvo imposibilitada para calcular un margen de discriminación de precios específico para cada una de ellas.

**253.59.** En lo que respecta a la empresa exportadora Azulejera La Plana y su empresa relacionada Alaplana México, en virtud de que la información de esta última fue desestimada por las razones que se describen en el punto 248 de esta Resolución, la Secretaría estuvo imposibilitada para calcular un margen de discriminación de precios específico.

**254.60.** Porcelanatto y su empresa importadora relacionada Cerfomex contestaron el formulario de investigación, sin embargo, respondieron de manera incompleta el requerimiento de información elaborado por la Secretaría; en particular, las empresas no reportaron en las bases de datos las cifras relacionadas con el flete y seguro de la planta de la empresa exportadora a las instalaciones de su empresa relacionada. La Secretaría les requirió a dichas empresas que incluyeran en la base de datos de ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos columnas adicionales en las que se especificaran los montos erogados por estos conceptos. Asimismo, se les indicó que explicaran ampliamente a qué tipo de flete y seguro correspondían y que presentaran la documentación que soportara sus cálculos. Al respecto, las empresas se limitaron a remitir su respuesta a un archivo de cómputo que no fue proporcionado. En razón de lo anterior, y debido a que todas las ventas de Porcelanatto fueron realizadas a través de su empresa importadora relacionada Cerfomex, la Secretaría no pudo reconstruir el precio de exportación y por lo tanto calcular un margen de discriminación de precios específico para la empresa exportadora.

**255.61.** Para las empresas a las que se refieren los tres puntos anteriores, la Secretaría calculó un margen de discriminación de precios 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 719 de esta Resolución.

**256.62.** La Secretaría no puede revelar públicamente la información presentada con carácter de confidencial, de conformidad con el artículo 82 fracción I inciso B del RLCE.

#### **Alegatos relativos al análisis de discriminación de precios**

**257.** Las empresas importadoras Sanimex; Jamam; Baldor; Mercado y Bodega de Azulejos y Baños; Papeles Pintados Iberia; Porcelanato; Recubre y Rocersa México, manifestaron que las pruebas presentadas para documentar el valor normal y el precio de exportación proceden de información que reviste el carácter de confidencial y que por lo tanto es ilegal y que la Secretaría debió desechar esta información y no tomarla en cuenta para iniciar la presente investigación. Adicionalmente, argumentaron que la utilización de cotizaciones no puede considerarse como una venta efectuada y que la Secretaría no puede basar su análisis sobre una simple propuesta de precios sino sobre una venta efectivamente realizada.

**258.63.** Al respecto, la Secretaría difiere de la postura antes señalada en razón de que la información presentada por las solicitantes corresponde a aquella que tuvo razonablemente a su alcance de conformidad con lo establecido en los artículos 5.2 del Acuerdo Antidumping y 75 del RLCE. Asimismo, es importante aclarar que la Secretaría no prejuzga sobre la procedencia de la información y las pruebas presentadas, y solamente las examinó para determinar su exactitud y pertinencia en cuanto al inicio de esta investigación; ello con fundamento en el artículo 5.3 del Acuerdo Antidumping. Además, cabe recordar que conforme al artículo 82 de la LCE, las partes pueden ofrecer toda clase de pruebas, las cuales se utilizan con la finalidad de tener elementos que permitan determinar la existencia o no de discriminación de precios. En este caso, al ser las pruebas presentadas para documentar el valor normal y el precio de exportación, así como las cotizaciones, información que las solicitantes tuvieron razonablemente a su alcance, la Secretaría las consideró como válidas para la determinación del margen de discriminación de precios.

**259.** Las solicitantes manifestaron que debido al número de empresas comparecientes, la variedad de códigos de producto y el número de transacciones involucradas, la autoridad debería calcular el margen de discriminación de precios para el producto objeto de investigación con base en una muestra de empresas.

**260.64.** La Secretaría descartó utilizar una muestra de empresas o de productos en virtud de que la autoridad estuvo en la posibilidad de calcular un margen de discriminación de precios específico para cada una de las empresas exportadoras comparecientes en esta etapa de la investigación, con fundamento en el artículo 6.10 del Acuerdo Antidumping.

#### **Consideraciones Metodológicas**

**261.65.** 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.

**262.66.** La Secretaría decidió excluir del análisis de discriminación de precios aquellas transacciones de piezas especiales, en razón de lo que se describe en los puntos 751 a 753 de esta Resolución.

**263.67.** 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 261 de esta Resolución.

**264.68.** En lo referente a los productos para los cuales no existieron ventas en el mercado español o éstas no fueron representativas, de acuerdo a lo dispuesto en la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping, 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 señala el artículo 2.6 del mismo ordenamiento jurídico.

**265.69.** En los casos en los que no se contó con el producto idéntico, la Secretaría definió al producto similar como aquél cuyas características fueran las mismas con excepción del color, en razón de que, con la información que obra en el expediente administrativo del caso, se identificó que el color es un atributo que no impacta de manera significativa en los costos variables del producto investigado.

**266.70.** En los requerimientos de información realizados a las empresas exportadoras señalados en el punto 133 de esta Resolución, la Secretaría solicitó que presentaran una nueva base de datos en la que

reportaran las transacciones de venta en el mercado interno de códigos de productos cuya única diferencia fuera el color, a fin de establecer el producto similar.

267.71. Roig Cerámica realizó un análisis del impacto del color en términos de costos variables 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 su respuesta al requerimiento de información, bases de datos que incorporan las ventas en el Reino de España 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.

268.72. Por otro lado, en un escrito de argumentos comunes, las demás empresas exportadoras argumentaron que el color sí es un atributo que diferencia la mercancía investigada en términos de costos variables, y por lo tanto, consideraron como no procedente ni oportuno la presentación de nuevas bases de datos con tipos de mercancías no exportadas a los Estados Unidos Mexicanos. Sin embargo, ninguna de las empresas presentó el ajuste por diferencias físicas correspondiente.

269.73. La Secretaría determinó preliminarmente basar sus conclusiones para los códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos para los cuales no se tuvo el correspondiente idéntico, 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 719 de esta Resolución.

270.74. 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 sus explicaciones, 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.

271.75. Las empresas asignaron el monto del ajuste considerando los gastos incurridos por maquinaria, equipo y mano de obra requeridos para realizar el picking. Los datos relevantes los obtuvieron a partir de un estudio realizado por una empresa consultora. Finalmente, aplicaron el ajuste solamente para aquellas transacciones cuyos volúmenes de venta fueron inferiores a 80.01 metros cuadrados de producto.

272.76. La Secretaría aceptó preliminarmente 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 80.01 metros cuadrados de producto, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE y 53 del RLCE.

273.77. 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 fueron ex fábrica (ex-works).

274.78. Con base en lo dispuesto en el artículo 32 de la LCE, la Secretaría eliminó las ventas realizadas entre partes relacionadas en el mercado interno del Reino de España para efectos del cálculo del margen de discriminación de precios.

#### **Azulejos Plaza**

275. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Azulejos Plaza exportó a los Estados Unidos Mexicanos 17 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

276. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

277. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Comisiones**

278. 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**

279. 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**

280. 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 275 de esta Resolución.

281. La Secretaría determinó que las ventas de 15 de los 16 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

282. 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 15 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

283. Respecto al código de producto para el que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

284. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 15 códigos de producto a los que se refiere el punto 282 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**

285. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Comisiones**

286. Azulejos Plaza 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**

287. 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**

288. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 275 al 287 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 determinó preliminarmente 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 de 18.88 por ciento.

## **Azulev**

**289.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Azulev exportó a los Estados Unidos Mexicanos 6 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

### **Precio de exportación**

**290.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

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

### **Crédito**

**292.** 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**

**293.** Durante el periodo de investigación, Azulev realizó ventas en el mercado del Reino de España de 5 de los 6 códigos de producto señalados en el punto 289 de esta Resolución.

**294.** La Secretaría determinó que las ventas de los 5 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**295.** 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 5 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**296.** Respecto al código de producto para el que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, de acuerdo a lo descrito en los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**297.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 5 códigos de producto a los que se refiere el punto 295 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 aceptados**

**298.** En esta etapa de la investigación, 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**

**299.** 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**

**300.** 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.

### **Ajustes desestimados**

**301.** La empresa propuso ajustar el valor normal por los conceptos de manejo de mercancías y embalaje, sin embargo, la empresa no explicó la metodología de asignación de los ajustes y tampoco presentó la información que respaldara sus cálculos. Derivado de lo anterior, la Secretaría desestimó aplicar estos ajustes en esta etapa de la investigación.

#### **Margen de discriminación de precios**

**302.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 289 al 301 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 determinó preliminarmente 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 7.62 por ciento.

#### **Azuliber**

**303.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Azuliber exportó a los Estados Unidos Mexicanos 16 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**304.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**305.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

**306.** 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**

**307.80.** 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 303 de esta Resolución.

**308.** La Secretaría determinó que las ventas de los 13 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**309.** 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 señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**310.** 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**311.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 13 códigos de producto a los que se refiere el punto 309 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**

**312.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**313.81.** 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**

**314.** 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**

**315.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 303 al 314 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Azuliber no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Cerámicas Gaya**

**316.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerámicas Gaya exportó a los Estados Unidos Mexicanos 83 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**317.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**318.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Seguro**

**319.82.** 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**

**320.** 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**

**321.** Durante el periodo de investigación, Cerámicas Gaya realizó ventas en el mercado del Reino de España de 51 de los 83 códigos de producto a los que se refiere el punto 316 de esta Resolución.

**322.** La Secretaría determinó que las ventas de 50 de los 51 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**323.** 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 50 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**324.** Respecto a los 32 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**325.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 50 códigos de producto a los que se refiere el punto 323 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**

**326.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de flete, seguro, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Flete**

**327.83.** 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**

**328.84.** 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**

**329.85.** 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**

**330.** 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**

**331.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 316 al 330 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 determinó preliminarmente 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 12.80 por ciento.

#### **Cerámica Gómez**

332. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerámica Gómez exportó a los Estados Unidos Mexicanos 3 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

333. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

334. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

335. 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**

336. 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 332 de esta Resolución.

337. La Secretaría determinó que las ventas de los 3 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

338. 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 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

339. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 3 códigos de producto a los que se refiere el punto 337 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 aceptados**

340. En esta etapa de la investigación, 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, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **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.

#### **Ajustes desestimados**

342. La Secretaría desestimó ajustar el valor normal por los conceptos de comisiones y otros ajustes ya que no fueron presentados como respuesta al formulario oficial de investigación sino en la respuesta al

requerimiento de información formulado por la Secretaría, por lo que esta autoridad consideró que no es el momento procesal oportuno para presentar nueva información.

#### **Margen de discriminación de precios**

343. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 332 al 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámica Gómez, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Cerámica Nulense**

344. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerámica Nulense exportó a los Estados Unidos Mexicanos 211 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

346. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

347.86. 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**

348. 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**

349. Durante el periodo de investigación, Cerámica Nulense realizó ventas en el mercado del Reino de España de 134 de los 211 códigos de producto a los que se refiere el punto 344 de esta Resolución.

350. La Secretaría determinó que las ventas de 131 de los 134 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

351. 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 131 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

352. Respecto a los 77 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 3 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 los puntos 265 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

353. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 131 códigos de producto a los que se refiere el punto 351 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**

**354.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**355.87.** 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**

**356.** 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.

#### **Margen de discriminación de precios**

**357.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 344 al 356 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 determinó preliminarmente 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 de 6.68 por ciento.

#### **Cerámicas Azahar**

**358.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerámicas Azahar exportó a los Estados Unidos Mexicanos 132 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**359.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**360.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**361.88.** 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**

**362.** 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**

**363.** 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 358 de esta Resolución.

**364.** La Secretaría determinó que las ventas de 63 de los 81 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**365.** 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 63 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**366.** Respecto a los 51 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 18 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**367.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 63 códigos de producto a los que se refiere el punto 365 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**

**368.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Comisiones**

**369.89.** 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**

**370.** 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.

### **Margen de discriminación de precios**

**371.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 358 al 370 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámicas Azahar, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

### **Cerpa**

**372.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerpa exportó a los Estados Unidos Mexicanos 123 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

### **Precio de exportación**

**373.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**374.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Crédito**

**375.** 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**

**376.** 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 372 de esta Resolución.

**377.** La Secretaría determinó que las ventas de 94 de los 109 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**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 94 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**379.** Respecto a los 14 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 15 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**380.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 94 códigos de producto a los que se refiere el punto 378 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**

**381.** En esta etapa de la investigación, 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, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Crédito**

**382.** 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**

**383.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 372 al 382 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerpa no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

### **Cerypsa**

**384.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerypsa exportó a los Estados Unidos Mexicanos 38 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

### **Precio de exportación**

**385.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**386.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

**387.** 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**

**388.** 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 384 de esta Resolución.

**389.** La Secretaría determinó que las ventas de 33 de los 34 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**390.** 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 33 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**391.** Respecto a los 4 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**392.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 33 códigos de producto a los que se refiere el punto 390 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**

**393.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de seguro, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Seguro**

**394.90.** 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**

**395.91.** 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**

396. 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**

397. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 384 al 396 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 determinó preliminarmente 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 de mínimos de 0.38 por ciento.

### **Dual Gres**

398. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Dual Gres exportó a los Estados Unidos Mexicanos 40 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

### **Precio de exportación**

399. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

400. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Comisiones**

401.92. 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**

402. 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**

403. 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 398 de esta Resolución.

404. La Secretaría determinó que las ventas de 30 de los 32 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

405. 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 30 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

406. Respecto a los 8 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 2 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

407. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 30 códigos de producto a los que se refiere el punto 405 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**

**408.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**409.93.** 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**

**410.** 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**

**411.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 398 al 410 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 determinó preliminarmente 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 de 5.82 por ciento.

#### **Cerámicas Fanal**

**412.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerámicas Fanal exportó a los Estados Unidos Mexicanos 29 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**413.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**414.** En esta etapa de la investigación, 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**

**415.94.** 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**

**416.** 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**

**417.** 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 412 de esta Resolución.

418. 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 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

419. 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 señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

420. 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 aceptados**

421. En esta etapa de la investigación, 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**

422.95. 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**

423. 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.

#### **Ajustes desestimados**

424. La empresa propuso ajustar el valor normal por concepto de embalaje, sin embargo, la empresa no explicó la metodología de asignación del ajuste y tampoco presentó la información que respaldara su cálculo. Derivado de lo anterior, la Secretaría desestimó aplicar el ajuste en esta etapa de la investigación.

#### **Margen de discriminación de precios**

425. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 412 al 424 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Cerámicas Fanal no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Garogres**

426. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Garogres exportó a los Estados Unidos Mexicanos 108 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

427. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

428. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

429.96. 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**

430. 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**

431. 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 426 de esta Resolución.

432. La Secretaría determinó que las ventas de 92 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

433. 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 señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

434. 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

435. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 92 códigos de producto a los que se refiere el punto 433 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**

436. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

437.97. 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**

438. 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**

439. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 426 al 438 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Garogres, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Gresitec**

440. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Gresitec exportó a los Estados Unidos Mexicanos 68 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

### **Precio de exportación**

441. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

442. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución, sin embargo los datos aplicables fueron obtenidos a partir de las cifras presentadas por la empresa exportadora.

### **Comisiones**

443.98. 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**

444. 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**

445. 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 440 de esta Resolución.

446. La Secretaría determinó que las ventas de 27 de los 29 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

447. 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 27 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

448. Respecto a los 39 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 2 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

449. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 27 códigos de producto a los que se refiere el punto 447 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**

450. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución, sin embargo los datos aplicables fueron obtenidos a partir de las cifras presentadas por la empresa exportadora.

### **Comisiones**

451.99. 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**

452. 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**

453. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 440 al 452 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 determinó preliminarmente 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 de 10.23 por ciento.

#### **Halcón Cerámicas**

454. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Halcón Cerámicas exportó a los Estados Unidos Mexicanos 165 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

455. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

456. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272, sin embargo los datos aplicables fueron obtenidos a partir de las cifras presentadas por la empresa exportadora.

#### **Comisiones**

457.100. 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**

458. 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**

459. Durante el periodo de investigación, Halcón Cerámicas realizó ventas en el mercado del Reino de España de 41 de los 165 códigos de producto a los que se refiere el punto 454 de esta Resolución.

460. La Secretaría determinó que las ventas de 40 de los 41 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

461. 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 señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**462.** Respecto a los 124 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**463.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 40 códigos de producto a los que se refiere el punto 461 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**

**464.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272, sin embargo los datos aplicables fueron obtenidos a partir de las cifras presentadas por la empresa exportadora.

#### **Comisiones**

**465.101.** Halcón 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**

**466.** 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**

**467.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 454 al 466 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Halcón Cerámicas, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 18.62 por ciento.

#### **Incea**

**468.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Incea exportó a los Estados Unidos Mexicanos 24 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**469.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**470.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**471.102.** Incea 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**

**472.** 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**

**473.** Durante el periodo de investigación, Incea realizó ventas en el mercado del Reino de España de 21 de los 24 códigos de producto a los que se refiere el punto 468 de esta Resolución.

**474.** La Secretaría determinó que las ventas de 20 de los 21 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**475.** 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 20 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**476.** Respecto a los 3 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**477.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 20 códigos de producto a los que se refiere el punto 475 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**

**478.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**479.103.** Incea 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**

**480.** 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.

#### **Margen de discriminación de precios**

**481.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 468 al 480 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Incea, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Inalco**

**482.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Inalco exportó a los Estados Unidos Mexicanos 77 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**483.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**484.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**485.104.** Inalco 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**

**486.** 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**

**487.** Durante el periodo de investigación, Inalco realizó ventas en el mercado del Reino de España de 71 de los 77 códigos de producto a los que se refiere el punto 482 de esta Resolución.

**488.** La Secretaría determinó que las ventas de 69 de los 71 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**489.** 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 69 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**490.** Respecto a los 6 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 2 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**491.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 69 códigos de producto a los que se refiere el punto 489 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**

**492.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**493.105.** Inalco 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**

494. 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**

495. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 482 al 494 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Inalco, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

## **Keraben y su empresa importadora relacionada GNK**

496. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Keraben exportó a los Estados Unidos Mexicanos 13 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos a clientes no relacionados y 35 a su empresa relacionada GNK.

## **Precio de exportación a clientes no relacionados**

497. 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 13 códigos de producto exportados a clientes no relacionados. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada código de producto en el total del producto investigado 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.

## **Precio de exportación reconstruido**

498.106. Keraben realizó exportaciones de 35 códigos de producto a través de su empresa vinculada GNK, por lo tanto, el precio de exportación se debe calcular 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.

499. La Secretaría identificó las ventas que sirvieron de base para el cálculo del precio de exportación reconstruido a partir de las ventas de GNK al primer cliente no relacionado durante el periodo de investigación, tomando en cuenta el desfase en las ventas derivado de la aplicación de la rotación de inventarios, debido a que la empresa señaló que no es posible identificar cada venta al primer cliente no relacionado con la compra realizada a Keraben.

500. De acuerdo con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping y 50 párrafo segundo del RLCE, la Secretaría calculó el precio de exportación reconstruido a partir del precio al que GNK vende a sus clientes no relacionados. Para ello, dedujo de estos precios, todos los gastos en los que incurrió entre la exportación de Keraben y la reventa de GNK, incluido un monto por concepto de gastos generales de venta y administración y financieros. Adicionalmente, dedujo un monto correspondiente a la utilidad generada por la importación y distribución realizada por GNK.

## **Deducciones al precio de exportación reconstruido**

501. Conforme a lo dispuesto en el artículo 36 de la LCE y 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 la empresa.

502. Para realizar una comparación equitativa con el valor normal, la Secretaría dedujo del precio al que la importadora relacionada vendió a sus clientes no relacionados todos los gastos en los que incurrió entre la exportación de Keraben y las ventas de GNK, así como un monto por concepto de gastos generales y utilidad obtenida por dicha importadora por las actividades de importación y distribución, de conformidad con los numerales 2.3 y 2.4 del Acuerdo Antidumping y los artículos 35 de la LCE y 50 del RLCE.

503. Los gastos en los que se incurrió entre la exportación de Keraben y la reventa de GNK, 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, en lo

sucesivo DTA, fletes y seguros de la planta en el Reino de España a las instalaciones de la empresa importadora.

**504.107.** GNK calculó los gastos generales de venta, administración y financieros considerando la información disponible en los estados financieros. En particular, la empresa calculó los montos aplicables a cada transacción por medio de multiplicar el valor de cada transacción por el factor que resulta de dividir el monto total de dichos gastos entre el valor total de las ventas de la empresa. La Secretaría aceptó las cifras y la metodología propuesta por la empresa en esta etapa de la investigación.

**505.** 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 GNK, por lo tanto, incluirlo como una deducción a este precio implicaría una superposición, de acuerdo a lo dispuesto por la nota al pie 7 del artículo 2.4 del Acuerdo Antidumping.

**506.** 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.

**507.108.** GNK calculó el monto de utilidad aplicable considerando la información disponible en los estados financieros auditados. En particular, la empresa calculó los montos aplicables a cada transacción por medio de multiplicar el valor de cada transacción 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 en esta etapa de la investigación.

#### **Ajustes al precio de exportación**

**508.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

**509.** 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.

**510.** La Secretaría no realizó un ajuste por crédito al precio de venta entre partes vinculadas, debido a que en la consolidación que realiza Keraben de la empresa GNK se cancelan cuentas relacionadas con las transacciones entre dichas compañías, tal es el caso de los ingresos por intereses contra los gastos por intereses; en consecuencia, el financiamiento que otorgó Keraben en sus ventas a sus empresas vinculadas no puede considerarse como un gasto efectivo.

**511.** Finalmente, para obtener el precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos, la Secretaría calculó el promedio ponderado de los precios de exportación a clientes no relacionados y los precios de exportación reconstruidos. De esta manera, la Secretaría obtuvo un precio promedio ponderado para 43 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos.

#### **Valor normal**

**512.** Durante el periodo de investigación, Keraben realizó ventas en el mercado del Reino de España de 42 de los 43 códigos de producto a los que se refiere el punto anterior.

**513.** La Secretaría determinó que las ventas de los 42 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**514.** 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 42 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**515.** Respecto al código de producto para el que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, de acuerdo con lo descrito en los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**516.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 42 códigos de producto a los que se refiere el punto 514 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**

517. En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó ajustar el valor normal 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Seguro**

518. Keraben explicó que este concepto corresponde al gasto erogado por la cobertura de impago por parte de los clientes. La empresa aplicó el ajuste considerando el factor que resulta de dividir el monto erogado entre el total de las ventas. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

#### **Crédito**

519. 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**

520. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 496 al 519 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Keraben, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 25.71 por ciento.

#### **Lucena Cerámicas**

521. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Lucena Cerámicas exportó a los Estados Unidos Mexicanos 149 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

522. 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

523. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

524.109. Lucena 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**

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.

#### **Valor normal**

**526.** Durante el periodo de investigación, Lucena Cerámicas realizó ventas en el mercado del Reino de España de 123 de los 149 códigos de producto a los que se refiere el punto 521 de esta Resolución.

**527.** La Secretaría determinó que las ventas de 122 de los 123 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**528.** 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 122 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**529.** Respecto a los 26 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**530.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 122 códigos de producto a los que se refiere el punto 528 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**

**531.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría ajustó 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**532.110.** Lucena 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**

**533.** 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**

**534.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 521 al 533 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Lucena Cerámicas, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 4.48 por ciento.

#### **Navarti Cerámica**

**535.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Navarti Cerámica exportó a los Estados Unidos Mexicanos 48 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**536.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**537.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Crédito**

**538.** En su respuesta al requerimiento de información, Navarti Cerámica no presentó información para ajustar el precio de exportación por concepto de crédito, cuando dicha información había sido presentada como respuesta al formulario oficial. La Secretaría decidió ajustar por crédito considerando el plazo promedio de pago obtenido con base en la información de la respuesta al formulario. La tasa de interés aplicada se obtuvo a partir de la tasa promedio para el periodo de investigación que resulta de la información del Banco de España.

### **Valor normal**

**539.** Durante el periodo de investigación, Navarti Cerámica realizó ventas en el mercado del Reino de España de 41 de los 48 códigos de producto a los que se refiere el punto 535 de esta Resolución.

**540.** La Secretaría determinó que las ventas de 35 de los 41 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**541.** 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 35 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**542.** Respecto a los 7 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 6 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**543.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 35 códigos de producto a los que se refiere el punto 541 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**

**544.** En esta etapa de la investigación, 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, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

### **Crédito**

**545.** En su respuesta al requerimiento de información, Navarti Cerámica no presentó información para ajustar el valor normal por concepto de crédito, cuando dicha información había sido presentada como respuesta al formulario oficial. La Secretaría decidió ajustar por crédito considerando el plazo promedio de pago obtenido con base en la información de la respuesta al formulario. La tasa de interés aplicada se obtuvo a partir de la tasa promedio para el periodo de investigación que resulta de la información del Banco de España.

### **Margen de discriminación de precios**

**546.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 535 al 545 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Navarti Cerámica, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 7.99 por ciento.

### **Peris y su empresa importadora relacionada Peronda México**

547. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Peris exportó a los Estados Unidos Mexicanos 4 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos a clientes no relacionados y 49 a su empresa relacionada Peronda México.

#### **Precio de exportación**

548. 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 4 códigos de producto exportados a clientes no relacionados. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada código de producto en el total del producto investigado 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**

549. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

550. 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.

#### **Precio de exportación reconstruido**

551.111. Peris realizó exportaciones de 49 códigos de producto a través de su empresa vinculada Peronda México, por tanto, el precio de exportación se debe calcular 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.

552.112. Peris y su empresa importadora relacionada Peronda México contestaron de manera deficiente a las preguntas realizadas por la Secretaría en los requerimientos de información adicional. A partir de esta situación, la Secretaría estuvo imposibilitada para reconstruir el precio de exportación para cada uno de los 49 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos en razón de que no fueron aportados los elementos mínimos necesarios para realizar el análisis correspondiente. Derivado de lo anterior, la Secretaría estableció para dichos códigos de producto el margen de discriminación de precios 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 719 de esta Resolución.

553.113. En particular, Peronda México no proporcionó los factores aplicables de gastos de venta, administración y financieros así como el de utilidad, ni los relacionó con los reportes financieros presentados. Además, en el requerimiento de información adicional elaborado por la Secretaría se le indicó expresamente que presentara las fórmulas utilizadas para el cálculo de cada una de las cifras de las bases de datos, lo cual no fue reportado. De esta forma, la Secretaría no pudo reproducir, a partir de la información presentada, los cálculos efectuados por la empresa.

#### **Valor normal**

554. Durante el periodo de investigación, Peris realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 4 códigos de producto a los que se refiere el punto 548 de esta Resolución.

555.114. La Secretaría determinó que las ventas de dichos códigos cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

556. 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 señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

557. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 4 códigos de producto a los que se refiere 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**

558. En esta etapa de la investigación, 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, 53 y 54 del RLCE. En lo referente al ajuste por picking la Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

559. 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.

#### **Ajustes desestimados**

##### **Comisiones y otros ajustes**

560.115. Peris no presentó la información que justificara la aplicación de los ajustes solicitados. En particular, dicha información fue expresamente requerida por la Secretaría y sólo se limitaron a mencionar que dichos ajustes ya habían sido explicados "convenientemente" en el anexo metodológico presentado en su respuesta al formulario oficial. En razón de lo anterior, la Secretaría decidió desestimar preliminarmente la aplicación de estos ajustes, con fundamento en los artículos 6.8 del Acuerdo Antidumping y 54 de la LCE.

#### **Margen de discriminación de precios**

561. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 547 al 560 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Peris, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 22.10 por ciento.

#### **Porcelanosa y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México**

562. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Porcelanosa exportó a los Estados Unidos Mexicanos 44 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos a clientes no relacionados y 49 a su empresa relacionada Porcelanosa México.

#### **Precio de exportación**

563. 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 44 códigos de producto exportados a clientes no relacionados. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada código de producto en el total del producto investigado 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**

564. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

565.116. Porcelanosa 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**

**566.** 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.

#### **Precio de exportación reconstruido**

**567.** Porcelanosa realizó exportaciones de 49 códigos de producto a través de su empresa vinculada Porcelanosa México, por tanto, el precio de exportación se debe calcular 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.

**568.117.** Porcelanosa y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México contestaron de manera deficiente a las preguntas realizadas por la Secretaría en los requerimientos de información adicional. A partir de esta situación, la Secretaría estuvo imposibilitada para reconstruir el precio de exportación para cada uno de los 49 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos, en razón de que no fueron aportados los elementos mínimos necesarios para realizar el análisis correspondiente.

**569.118.** En particular, las empresas no reportaron en las bases de datos las cifras relacionadas con el flete y seguro de la planta de la empresa exportadora a las instalaciones de su empresa relacionada. La Secretaría requirió a las empresas que incluyeran en la base de datos de ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos columnas adicionales en las que se especificaran los montos erogados por estos conceptos. Asimismo, se les indicó que explicaran ampliamente a qué tipo de flete y seguro correspondían y que presentaran la documentación que soportara sus cálculos. Al respecto, las empresas se limitaron a contestar que las ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos son en términos ex fábrica (ex -works) y que por lo tanto no procede ajuste por flete y seguro.

**570.119.** Derivado de lo expuesto en los dos puntos anteriores, la Secretaría estableció para dichos códigos de producto el margen de discriminación de precios 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 719 de esta Resolución.

#### **Valor normal**

**571.** Durante el periodo de investigación, Porcelanosa realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 44 códigos de producto a los que se refiere el punto 563 de esta Resolución.

**572.** La Secretaría determinó que las ventas de dichos códigos cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**573.** 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 44 códigos de producto, según el precio de venta en el país de origen.

**574.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 44 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**

**575.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de flete y seguro interno, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Flete y seguro interno**

**576.120.** Porcelanosa calculó los ajustes por flete y seguro interno a partir de los datos específicos de cada venta en su mercado interno en las cuales se erogaron dichos conceptos. La Secretaría aceptó dichos ajustes de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

#### **Comisiones**

577.121. La empresa exportadora 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**

578. 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**

579. De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 562 al 578 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Porcelanosa, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 5.77 por ciento.

#### **Roig Cerámica y su empresa relacionada Rocersa México**

580. De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Roig Cerámica exportó a los Estados Unidos Mexicanos 176 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos a clientes no relacionados y 174 a su empresa relacionada Rocersa México.

#### **Precio de exportación a clientes no relacionados**

581. 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 176 códigos de producto exportados a clientes no relacionados. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada código de producto en el total del producto investigado 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.

#### **Precio de exportación reconstruido**

582.122. Roig Cerámica realizó exportaciones de 174 códigos de producto a través de su empresa vinculada Rocersa México, por lo tanto, el precio de exportación se debe calcular 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.

583. La Secretaría identificó las ventas que sirvieron de base para el cálculo del precio de exportación reconstruido a partir de las ventas de Rocersa México al primer cliente no relacionado durante el periodo de investigación, tomando en cuenta el desfase en las ventas derivado de la aplicación de la rotación de inventarios, debido a que la empresa señaló que no es posible identificar cada venta al primer cliente no relacionado con la compra realizada a Roig Cerámica.

584. De acuerdo con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping y 50 párrafo segundo del RLCE, la Secretaría calculó el precio de exportación reconstruido a partir del precio al que Rocersa México vende a sus clientes no relacionados. Para ello, dedujo de estos precios, todos los gastos en los que incurrió entre la exportación de Roig Cerámica y la reventa de Rocersa México, incluido un monto por concepto de gastos generales de venta y administración y financieros. Adicionalmente, dedujo un monto correspondiente a la utilidad generada por la importación y distribución realizada por Rocersa México.

#### **Deducciones al precio de exportación reconstruido**

585. Conforme a lo dispuesto en los artículos 36 de la LCE y 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 la empresa.

586. Para realizar una comparación equitativa con el valor normal, la Secretaría dedujo del precio al que la importadora relacionada vendió a sus clientes no relacionados todos los gastos en los que incurrió entre la exportación de Roig Cerámica y las ventas de Rocersa México, así como un monto por concepto de gastos generales y utilidad obtenida por dicha importadora por las actividades de importación y distribución, de conformidad con los numerales 2.3 y 2.4 del Acuerdo Antidumping y los artículos 35 de la LCE y 50 del RLCE.

**587.** Los gastos en los que se incurrió entre la exportación de Roig Cerámica y la reventa de Rocersa 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*, DTA, fletes y seguros de la planta en el Reino de España a las instalaciones de la empresa importadora.

**588.** Para aquellas transacciones de venta al primer cliente no relacionado para las cuales Rocersa México no pudo identificar un pedimento específico, la empresa propuso utilizar las cifras promedio obtenidas a partir de los pedimentos de importación. Los ajustes por flete y seguro se calcularon considerando el monto total erogado por estos conceptos entre la cantidad vendida, mientras que los ajustes de gastos aduanales, arancel y DTA se obtuvieron aplicando los factores que resultan de dividir los gastos de cada concepto entre el valor total de la importación. La Secretaría aceptó las cifras y la metodología propuesta por la empresa en esta etapa de la investigación.

**589.** Rocersa México calculó los gastos generales de venta, administración y financieros considerando la información disponible en sus estados de resultados. En particular, la empresa calculó los montos aplicables a cada transacción por medio de multiplicar el valor de cada transacción por el factor que resulta de dividir el monto total de dichos gastos entre el valor total de las ventas de la empresa. La Secretaría aceptó las cifras y la metodología propuesta por la empresa en esta etapa de la investigación.

**590.** 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 Rocersa México, por lo tanto, como incluirlo una deducción a este precio implicaría una superposición, de acuerdo a lo dispuesto por la nota al pie 7 del artículo 2.4 del Acuerdo Antidumping.

**591.** 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.

**592.123.** Rocersa México calculó el monto de utilidad aplicable considerando la información disponible en los estados de resultados. En particular, la empresa calculó los montos aplicables a cada transacción por medio de multiplicar el valor de cada transacción 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 en esta etapa de la investigación.

#### **Ajustes al precio de exportación**

**593.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría ajustó 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**

**594.124.** La empresa exportadora 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 obtenido a partir de su sistema contable. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

#### **Crédito**

**595.** 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.

**596.** La Secretaría no realizó un ajuste por crédito al precio de venta entre partes vinculadas, debido a que en la consolidación que realiza Roig Cerámica de la empresa Rocersa México se cancelan cuentas relacionadas con las transacciones entre dichas compañías, tal es el caso de los ingresos por intereses contra los gastos por intereses; en consecuencia, el financiamiento que otorgó Roig Cerámica en sus ventas a su empresa vinculadas no puede considerarse como un gasto efectivo.

**597.** Finalmente, para obtener el precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos, la Secretaría calculó el promedio ponderado de los precios de exportación a clientes no relacionados y los precios de exportación reconstruidos. De esta manera, la Secretaría obtuvo un precio promedio ponderado para los 350 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos.

#### **Valor normal**

**598.** Durante el periodo de investigación, Roig Cerámica realizó ventas en el mercado del Reino de España de 294 de los 350 códigos de producto a los que se refiere el punto anterior.

**599.** La Secretaría determinó que las ventas de 287 de los 294 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**600.** Respecto a los 56 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 7 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 los puntos 264 al 267 de esta Resolución, la Secretaría utilizó la base de datos de ventas en el mercado interno creando un código de producto en el que la variable color no fue considerada.

**601.** Para realizar la comparación entre el valor normal y el precio de exportación para los 63 códigos de producto a los que se refiere el punto anterior, la Secretaría construyó códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos sin considerar la variable color. Así la Secretaría obtuvo un precio de exportación promedio ponderado a los Estados Unidos Mexicanos para 41 códigos de producto.

**602.** Roig Cerámica realizó ventas en el mercado del Reino de España de 15 de los 41 códigos de producto. De esos 15 códigos de producto, la Secretaría determinó que las ventas en el mercado interno de 12 códigos cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**603.** Respecto a los 26 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 3 cuyo volumen de ventas en el mismo mercado fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, la empresa no reportó ventas a terceros mercados o el valor reconstruido de conformidad con lo establecido en los artículos 2.2 del Acuerdo Antidumping y 31 de la LCE. Derivado de lo anterior, la Secretaría estableció para dichos códigos de producto el margen de discriminación de precios de acuerdo a 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 719 de esta Resolución.

**604.125.** Conforme a lo previsto en los artículos 31 de la LCE y 2.1 del Acuerdo Antidumping, la Secretaría estableció el valor normal para los 287 códigos de producto señalados en el punto 599 y para los 12 códigos de producto señalados en el punto 602, con base en los precios de venta en el país de origen.

**605.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 299 códigos de producto a los que se refiere el punto anterior 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**

**606.** En esta etapa de la investigación, 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**

**607.126.** La empresa exportadora explicó que este concepto corresponde al pago a comisionistas por ventas en el mercado del Reino de España. La empresa aplicó el ajuste considerando el porcentaje de comisión correspondiente a cada factura de venta obtenido a partir de su sistema contable. La Secretaría aceptó el ajuste de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

#### **Crédito**

**608.** 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**

**609.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 580 al 608 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Roig Cerámica, no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

### **Cerámica Saloni**

**610.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Cerámica Saloni exportó a los Estados Unidos Mexicanos 133 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**611.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**612.** En esta etapa de la investigación, 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.

#### **Crédito**

**613.** 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**

**614.127.** 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**

**615.** 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 610 de esta Resolución.

**616.** 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 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**617.** 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 129 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**618.** Respecto a los 2 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 2 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 b descrito en los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**619.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 129 códigos de producto a los que se refiere el punto 617 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 aceptados**

**620.** En esta etapa de la investigación, 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.

#### **Comisiones**

**621.128.** 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**

**622.** 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**

**623.129.** 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**

**624.130.** 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**

**625.131.** La Secretaría desestimó preliminarmente 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**

**626.132.** La Secretaría desestimó preliminarmente 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 del RLCE. 54

#### **Margen de discriminación de precios**

**627.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 610 al 626 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 determinó preliminarmente 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 de 2.18 por ciento.

#### **Sucesores de Manuel Gómez**

**628.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Sucesores de Manuel Gómez exportó a los Estados Unidos Mexicanos 16 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**629.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**630.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

**631.** 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**

**632.** Durante el periodo de investigación, Sucesores de Manuel Gómez realizó ventas en el mercado del Reino de España de 15 de los 16 códigos de producto a los que se refiere el punto 628 de esta Resolución.

**633.** La Secretaría determinó que las ventas de los 15 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**634.** 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 15 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**635.** Respecto al código de producto para el que no hubo ventas en el mercado interno del Reino de España, de acuerdo a lo descrito en los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**636.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 15 códigos de producto a los que se refiere el punto 634 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**

**637.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**638.133.** Sucesores de Manuel 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**

**639.** 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**

**640.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 628 al 639 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Sucesores de Manuel Gómez no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Supercerámica**

**641.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Supercerámica exportó a los Estados Unidos Mexicanos 17 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**642.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**643.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

**644.** 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**

**645.** Durante el periodo de investigación, Supercerámica realizó ventas en el mercado del Reino de España de 53 de los 60 códigos de producto a los que se refiere el punto 641 de esta Resolución.

**646.** La Secretaría determinó que las ventas de 44 de los 53 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**647.** 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 44 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**648.** Respecto a los 7 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para los 9 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**649.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 44 códigos de producto a los que se refiere el punto 647 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**

**650.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**651.134.** Supercerámica 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**

**652.** 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**

**653.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 641 al 652 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Supercerámica se realizaron con un margen de discriminación de precios de 10.31 por ciento.

#### **Taullel y su empresa importadora relacionada Tau México**

**654.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Taullel exportó a los Estados Unidos Mexicanos 14 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos a clientes no relacionados y 17 a su empresa relacionada Tau México.

#### **Precio de exportación**

**655.** 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 14 códigos de producto exportados a clientes no relacionados. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada código de producto en el total del producto investigado 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**

**656.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Crédito**

**657.** 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.

#### **Precio de exportación reconstruido**

**658.135.** Tau realizó exportaciones de 17 códigos de producto a través de su empresa vinculada Tau México, S.A. de C.V., por tanto, el precio de exportación se debe calcular 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.

**659.136.** Taullel y su empresa importadora relacionada Tau México contestaron de manera deficiente a las preguntas realizadas por la Secretaría en los requerimientos de información adicional. A partir de esta situación, la Secretaría estuvo imposibilitada para reconstruir el precio de exportación para cada uno de los 14 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos, en razón de que no fueron aportados los elementos mínimos necesarios para realizar el análisis correspondiente.

**660.137.** En particular, la empresa no relacionó las cifras de gastos generales y utilidad con los reportes financieros presentados y la Secretaría no pudo reproducir sus cálculos a partir de esta información. Asimismo, no presentaron la cifra correspondiente a gastos financieros o justificación alguna de la razón por la cual no procedía el ajuste.

**661.138.** Adicionalmente, no presentaron la justificación para utilizar o no la rotación de inventarios en las ventas al primer cliente no relacionado, o la forma como se aseguraron que cada venta correspondía a una exportación de Taullel realizada dentro del periodo investigado.

**662.139.** Finalmente, la Secretaría les indicó en el requerimiento que explicaran ampliamente la forma en que se asignan los fletes y seguros y que presentaran la documentación que soportara sus cálculos, lo cual no fue contestado correctamente. Al respecto, en la base de datos presentada, la Secretaría no pudo reproducir los datos reportados en la columna de fletes a partir de la metodología proporcionada por la empresa ni el factor o factores utilizados para asignar este ajuste.

**663.140.** Derivado de lo expuesto en los cuatro puntos anteriores, la Secretaría estableció para dichos códigos de producto el margen de discriminación de precios de acuerdo a 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 719 de esta Resolución.

#### **Valor normal**

**664.** Durante el periodo de investigación, Taullel realizó ventas en el mercado del Reino de España de 13 de los 14 códigos de producto a los que se refiere el punto 655 de esta Resolución.

**665.** La Secretaría determinó que las ventas de los 13 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**666.** 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 señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**667.** Respecto al código de producto para el que no hubo ventas en el mercado interno del Reino de España, de acuerdo a lo descrito en los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**668.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 13 códigos de producto a los que se refiere el punto 666 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**

**669.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**670.141.** La empresa exportadora 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**

**671.** 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**

**672.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 654 al 671 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Taullel, se realizaron con un margen de discriminación de precios de 8.07 por ciento.

#### **Venis y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México**

**673.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Venis exportó a los Estados Unidos Mexicanos 33 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos a clientes no relacionados y 33 a su empresa relacionada Porcelanosa México.

#### **Precio de exportación**

**674.** 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 33 códigos de producto exportados a clientes no relacionados. La ponderación refiere la participación relativa del volumen de ventas de cada código de producto en el total del producto investigado 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**

**675.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**676.142.** Venis 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**

**677.** 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.

#### **Precio de exportación reconstruido**

**678.** Venis realizó exportaciones de 33 códigos de producto a través de su empresa vinculada Porcelanosa México, por tanto, el precio de exportación se debe calcular 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.

**679.143.** Venis y su empresa importadora relacionada Porcelanosa México contestaron de manera deficiente a las preguntas realizadas por la Secretaría en los requerimientos de información adicional. A partir de esta situación, la Secretaría estuvo imposibilitada para reconstruir el precio de exportación para cada uno de los 33 códigos de producto exportados a los Estados Unidos Mexicanos, en razón de que no fueron aportados los elementos mínimos necesarios para realizar el análisis correspondiente.

**680.144.** En particular, las empresas no reportaron en las bases de datos las cifras relacionadas con el flete y seguro de la planta de la empresa exportadora a las instalaciones de su empresa relacionada. La Secretaría les requirió a las empresas que incluyeran en la base de datos de ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos columnas adicionales en las que se especificaran los montos erogados por estos conceptos. Asimismo, se les indicó que explicaran ampliamente a qué tipo de flete y seguro correspondían y que presentaran la documentación que soportara sus cálculos. Al respecto, las empresas se limitaron a contestar que las ventas de exportación a los Estados Unidos Mexicanos son en términos ex fábrica (ex-works), y que por lo tanto, no procede ajuste por flete y seguro.

**681.145.** Derivado de lo expuesto en los dos puntos anteriores, la Secretaría estableció para dichos códigos de producto el margen de discriminación de precios 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 719 de esta Resolución.

#### **Valor normal**

**682.** Durante el periodo de investigación, Venis realizó ventas en el mercado del Reino de España de los 33 códigos de producto a los que se refiere el punto 674 de esta Resolución.

**683.** La Secretaría determinó que las ventas de dichos códigos cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**684.** 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 33 códigos de producto, según el precio de venta en el país de origen.

**685.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 33 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**

**686.** En esta etapa de la investigación, la Secretaría aceptó ajustar el valor normal por términos y condiciones de venta, en particular, por los conceptos de flete y seguro interno, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Flete y seguro interno**

**687.146.** Venis calculó los ajustes por flete y seguro interno a partir de los datos específicos de cada venta en su mercado interno en las cuales se erogaron dichos conceptos. La Secretaría aceptó dichos ajustes de acuerdo con la información y metodología proporcionada por el exportador.

#### **Comisiones**

**688.147.** La empresa exportadora 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**

**689.** 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**

**690.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 673 al 689 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Venis se realizaron con un margen de discriminación de precios de 3.64 por ciento.

#### **Venus Cerámica**

**691.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Venus Cerámica exportó a los Estados Unidos Mexicanos 70 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**692.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**693.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**694.148.** Venus Cerámica 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**

**695.** 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**

**696.** Durante el periodo de investigación, Venus Cerámica realizó ventas en el mercado del Reino de España de 65 de los 70 códigos de producto a los que se refiere el punto 691 de esta Resolución.

**697.** La Secretaría determinó que las ventas de 64 de los 65 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

**698.** 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 64 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

**699.** Respecto a los 5 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado del Reino de España, así como para aquél 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 los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

**700.** La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 64 códigos de producto a los que se refiere el punto 698 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**

**701.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

**702.149.** Venus Cerámica 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**

**703.** 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**

**704.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 691 al 703 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Venus Cerámica se realizaron con un margen de discriminación de precios de 11.62 por ciento.

#### **Venus Dos**

**705.** De acuerdo con lo expuesto en los puntos 261 y 262 de esta Resolución, Venus Dos exportó a los Estados Unidos Mexicanos 41 códigos de producto o tipos de recubrimientos cerámicos.

#### **Precio de exportación**

**706.** 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 código de producto en el total del producto investigado 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**

**707.** En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

708.150. Venus Dos 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**

709. 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**

710. Durante el periodo de investigación, Venus Dos realizó ventas en el mercado del Reino de España de 36 de los 41 códigos de producto a los que se refiere el punto 705 de esta Resolución.

711. La Secretaría determinó que las ventas de 33 de los 36 códigos de producto vendidos al mercado interno cumplen con el requisito de representatividad que señala la nota 2 del artículo 2.2 del Acuerdo Antidumping.

712. 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 33 códigos de producto señalados en el punto anterior, según el precio de venta en el país de origen.

713. Respecto a los 5 códigos de producto para los que no hubo ventas en el mercado interno del Reino de España, así como para los 3 cuyo volumen de ventas en el mercado interno del Reino de España fue inferior al cinco por ciento del volumen exportado a los Estados Unidos Mexicanos, de acuerdo a lo descrito en los puntos 264 al 269 de esta Resolución, la Secretaría resolvió de acuerdo con los hechos de que tuvo conocimiento.

714. La Secretaría calculó el valor normal para cada uno de los 33 códigos de producto a los que se refiere el punto 712 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**

715.151. En esta etapa de la investigación, 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 Secretaría lo calculó considerando la metodología expuesta en los puntos 270 al 272 de esta Resolución.

#### **Comisiones**

716.152. Venus Dos 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**

717. 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**

**718.** De acuerdo con la información y metodología descritas en los puntos 705 al 717 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 determinó preliminarmente que las importaciones de recubrimientos cerámicos, actualmente clasificadas en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, provenientes de la empresa Venus Dos no se realizaron en condiciones de discriminación de precios.

#### **Todas las demás empresas exportadoras**

**719.** Para las empresas Azulejera La Plana; Azulejos Cabrera; Ballesmar; Colorker; Colorker Porcelánico; Hijos de Cipriano Castello; Italcerámica; Porcelanato y las empresas que acreditaron su interés jurídico pero que no presentaron respuesta al formulario oficial, y las demás empresas exportadoras que no comparecieron en esta etapa de la investigación, con fundamento en los artículos 6.8 del Acuerdo Antidumping y 54 de la LCE, la Secretaría estableció que el margen de discriminación aplicable a las importaciones de recubrimientos cerámicos, que se clasifican actualmente en la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, es de 25.20 por ciento. Lo anterior con base en la información proporcionada por la solicitante y de acuerdo con la metodología que se describe en los puntos del 23 al 43 de la resolución de inicio de investigación, publicada en el DOF el 16 de mayo de 2002.

### **Análisis de daño, amenaza de daño y causalidad**

#### **Similitud de producto**

##### **A. Características del producto**

**720.** De acuerdo con lo descrito en el punto 6 de la resolución de inicio de esta investigación, los solicitantes señalaron que los recubrimientos cerámicos, originarios del Reino de España y los de producción nacional tienen características físicas-químicas similares. Indicaron que en cuanto a sus dimensiones, proceso de cocción, espesor, dureza al rayado, resistencia a la abrasión, resistencia al ataque químico, absorción de agua, coeficiente de fricción, tipo de decorado y resistencia a la flexión, los recubrimientos cerámicos importados y nacionales son similares, puesto que ambos observan especificaciones semejantes establecidas por las normas internacionales American National Standards Institute (ANSI) o Una Norma Española (UNE), utilizan materias primas equivalentes y su proceso de cocción se lleva a cabo a temperaturas similares. De hecho, señalaron que la diferencia entre el producto importado y el nacional se refiere básicamente al diseño, en virtud de que cada productor cuenta con los propios.

**721.** En esta etapa de la investigación las empresas Baldor, Comercializadora de Cerámica, Jamam, Mercado y Bodega de Azulejos y Baños, Papeles Pintados Iberia, Porcelanato, Recubre, Rocersa México y Sanimex, en lo sucesivo empresas importadoras, indicaron que la fabricación de los recubrimientos cerámicos se lleva a cabo mediante los procesos de elaboración del cuerpo y esmaltado o decorado: el primero incluye los insumos utilizados, dimensiones, proceso de cocción, espesor, dureza al rayado, resistencia a la abrasión, resistencia al ataque químico, absorción de agua, coeficiente de fricción y resistencia a la flexión; el segundo, incluye tipo de decorado, inversión en tecnología y temporabilidad de los diseños.

##### **B. Proceso productivo**

**722.** En cuanto al proceso para la fabricación de recubrimientos cerámicos, tanto las solicitantes como las importadoras y exportadoras Azulejos Cabrera, Azulejos Plaza, Azulev, Azuliver, Ballesmar, Cerámicas Azahar, Cerámicas Fanal, Cerámicas Gaya, Cerámica Gómez, Cerámica Nulose, Cerámica Saloni, Cerpa, Cerypsa, Colorker, Dual Gres, Garogres, Gresitec, Halcón Cerámicas, Hijos de Cipriano Castello, Inalco, Incea, Italcerámica, Keraben, Azulejera La Plana, Lucena Cerámicas, Navarti Cerámica, Peris, Porcelanatto, Porcelanosa, Sucesores de Manuel Gómez, Supercerámica, Taullel, Venis, Venus Cerámica y Venus Dos, en lo sucesivo empresas exportadoras, coincidieron en que la elección del proceso de fabricación está condicionado por su propia situación en el mercado, la inversión a realizar, el tipo de producto de su catálogo y el riesgo tecnológico que esté dispuesto a adquirir cada productor.

**723.** En este sentido, las solicitantes manifestaron que los procesos de fabricación del producto español y el nacional son similares; por su parte, las importadoras señalaron que el proceso productivo en el Reino de España y los Estados Unidos Mexicanos para la fabricación de recubrimientos tienen en términos generales las mismas etapas, aunque existen diferencias que dan lugar a productos con características distintas.

**724.** En términos generales, las solicitantes y las importadoras indicaron que el proceso para la fabricación de recubrimientos cerámicos inicia con la explotación de las materias primas en la mina; posteriormente éstas se trituran, se mezclan con aditivos y agua (en el caso del producto importado se tamiza para eliminar impurezas). La mezcla se mantiene en reposo y se atomiza para secar y obtener el grado de humedad requerido por cada productor, para luego ser almacenada y compactada para moldear

las

piezas.

A continuación las piezas se secan y se esmaltan para luego decorarse, llevarse a la etapa de cocción y, finalmente, seleccionarse y empacarse.

**725.** De forma particular, las importadoras indicaron que la cocción consiste en un calentamiento de acuerdo con un plan preestablecido de las piezas crudas moldeadas, seguido de un proceso de enfriamiento a temperaturas de 1,020 grados centígrados en el caso del recubrimiento monoporoso; 1,050 y 1,080 grados centígrados para recubrimiento semigres; 1,200 y 1,250 grados centígrados para el recubrimiento gres y 1,250 hasta 1,300 grados centígrados para el porcelánico. Asimismo, conforme a lo argumentado por las partes comparecientes, tanto en el Reino de España como en los Estados Unidos Mexicanos se utiliza el proceso de monococción y bicocción para la fabricación de los recubrimientos cerámicos.

**726.** Aun cuando el proceso productivo para la fabricación de los cerámicos españoles y nacionales tienen en términos generales las mismas etapas, las empresas importadoras argumentaron que los procesos utilizados para la fabricación del cuerpo y del esmaltado o decorado proporcionan a los recubrimientos cerámicos ciertos atributos que les permite cubrir funciones que demandan consumidores de distintos segmentos de mercado.

**727.** En ese sentido, argumentaron que el proceso de fabricación del cuerpo y del esmaltado utilizados por la industria española proporcionan a sus recubrimientos cerámicos características y atributos de altas especificaciones que difieren de manera importante de los nacionales. Las principales diferencias entre los recubrimientos españoles y los nacionales, a su decir, los hacen productos no similares y, por tanto, no intercambiables.

**728.** Las importadoras indicaron que, como resultado del proceso productivo para la elaboración del cuerpo, el producto español presenta las siguientes ventajas con relación al producto de fabricación nacional: mejores arcillas, tanto por la calidad de las mismas como por el tratamiento, proporción y forma de uso; se fabrican a partir de mezclas que permiten figuras y formas exactas; grosor de los cerámicos, en particular en aquellos con espesores menores a 9 milímetros; resistencia al rayado; mayores temperaturas para la cocción (1,200 y 1,250 grados centígrados) y por consiguiente menor absorción de agua, de manera que los cerámicos obtenidos corresponden a los denominados gres.

**729.** Por lo que se refiere a las diferencias derivadas del proceso de esmaltado o decorado del recubrimiento cerámico, las importadoras indicaron las siguientes ventajas del producto español con respecto al nacional: debido a que en el Reino de España se utiliza el sistema Rotocolor Manufacturing Printing, los productos españoles presentan una gran variedad de decorados para los consumidores; por las técnicas como esmaltado por dispersión, burbuja de agua, campana, pincelado, granillo, esfumado y oxidación de minerales, los recubrimientos españoles tienen mejor calidad y mayor cantidad de capas de esmalte. Además, los productos importados son completamente diferentes en virtud de que se ofrecen en coordinados o familias y, a diferencia de los nacionales, no presentan problemas de defecto en esmalte, diferencias en tamaño y en colores de un mismo lote.

**730.** Asimismo, argumentaron que la industria española cuenta con la ALICER, que les permite destinar mayores recursos financieros para inversión, realizar convenios de asesoramiento y colaboración con empresas del sector y otros agentes; lo anterior, con objeto de desarrollar nuevos productos y proyectos, difundir una nueva cultura de diseño y elevar la calidad de sus productos. Entre las pruebas aportadas para sustentar sus afirmaciones presentaron recortes periodísticos y de revistas especializadas de cerámica, así como una relación de las principales empresas españolas productoras de colorantes para cerámica.

**731.** Finalmente, las importadoras indicaron que la industria española cuenta con infraestructura que le permite cambiar sus líneas de diseño cada seis meses. En ese sentido, el producto español se fabrica acorde con las nuevas tendencias del mercado y es tan cambiante como la moda. La conjugación "diseño-producto" les permite obtener formatos, texturas, vidriados y colores distintos, lo que a su vez, les confiere un producto propio que ofertar en los mercados internacionales. Por su parte, los productores nacionales sólo son seguidores de la moda y los diseños que determina el mercado español.

**732.** Con relación a lo argumentado por las importadoras y exportadoras para desvirtuar la similitud entre los recubrimientos españoles y nacionales, las solicitantes indicaron que los recubrimientos cerámicos, por su naturaleza, son productos diferenciados, lo cual no invalida que sean productos similares entre sí, puesto que aun cuando no son iguales en todos sus aspectos, tienen características y composición semejante; de hecho, los propios importadores aceptan la similitud de los productos con sus mismas argumentaciones o hacen afirmaciones equívocas. En apoyo a su afirmación argumentaron lo siguiente:

- A.** Los recubrimientos cerámicos utilizan para su fabricación las mismas materias primas y las supuestas diferencias en calidad y proporción en que se usan dependen de cada productor en el mundo, de acuerdo con el yacimiento más cercano de que disponen. Tanto los recubrimientos españoles como los nacionales se fabrican mediante procesos de fabricación similares. Tomando en cuenta lo anterior, presentan las mismas o muy cercanas características físicas y químicas.
- B.** En los Estados Unidos Mexicanos y en el Reino de España se fabrican los recubrimientos cerámicos gres, semigres, cottoforte y monoporoso; en el caso del porcelanato se inició su fabricación en agosto de 2001, razón por la cual no fue incluido como producto investigado.
- C.** Aunado a ello, y contrario a lo señalado por importadoras y exportadoras, en el Reino de España y en los Estados Unidos Mexicanos las técnicas de decorado y esmaltado son las mismas. Como prueba a su afirmación presentaron constancias de empresas proveedoras de esmaltes y colores cerámicos con instalaciones en diversas partes del mundo, incluyendo el Reino de España y la República Italiana, así como de uno de los fabricantes más reconocidos por su sofisticación, el cual abastece a los productores nacionales.

**733.153.** De acuerdo con la información y pruebas proporcionadas por las partes, la Secretaría consideró que aun cuando existen algunas diferencias en los recubrimientos cerámicos, éstas no inciden de manera determinante en los mismos de forma tal que deban considerarse productos con diferencias significativas en cuanto a características físicas y químicas, como lo argumentan las importadoras y exportadoras. Lo anterior, tomando en cuenta lo siguiente:

- A.** Tanto los recubrimientos cerámicos españoles como los nacionales utilizan para su fabricación los mismos insumos, es decir, arcillas, aditivos, feldespatos, sílica, caolines, bentonita, colores, engobes, pasta, serigrafías y esmaltes, así como caja de cartón, pegamento, tarimas, fleje, tinta y cinta adhesiva para el empaquetado; la forma y proporción en que se utilicen los mismos no impiden que tales recubrimientos sean similares. De hecho, no existe ordenamiento legal que indique que los insumos deban emplearse en forma y proporción de manera idéntica para que los productos finales puedan considerarse como similares.
- B.** La Secretaría consideró que las diferencias en los procesos productivos del producto nacional y el español tampoco determinan la similitud entre los mismos, las cuales pueden variar de un productor a otro de acuerdo al producto que quiera obtener.
- C.** De acuerdo con lo anterior y a partir de la información proporcionada por las partes, la Secretaría consideró que no existen diferencias identificables en el proceso de cocción, ya que tanto en el Reino de España como en los Estados Unidos Mexicanos se utiliza el proceso de monococción y bicocción para la fabricación de los recubrimientos cerámicos. No obstante, con relación a los recubrimientos denominados porcelanatos, es importante mencionar que la misma solicitante indicó que éstos no forman parte del producto investigado.
- D.** En cuanto a espesores, se apreció que la industria nacional fabrica recubrimientos cerámicos con espesores menores a 9 milímetros, medida en que los importadores sustentan la inexistencia de intercambiabilidad entre los productos; por lo que se refiere a la dureza al rayado, se observó que los valores de este indicador (de acuerdo con la tabla mohs de dureza de los minerales) varían de un productor a otro y que, en algunos casos, los correspondientes al producto nacional coinciden con los reportados para el producto español; por lo anterior, la Secretaría no apreció que en este aspecto los productos españoles difieran significativamente de los nacionales o puedan distinguirse en cuanto a usos o aplicaciones.
- E.** En cuanto a que los productos españoles pudieran tener ventaja sobre los nacionales por la cantidad de absorción de agua de los cerámicos, las pruebas que obran en el expediente administrativo muestran que la industria nacional fabrica, al igual que la española, recubrimientos cerámicos tipo gres y semigres, lo que invalida el argumento de los importadores en el sentido de que al clasificarse el producto español como gres impacta en la intercambiabilidad con el producto nacional por considerarse semigres.
- F.** Por lo que se refiere a la resistencia a la abrasión, las mismas importadoras reconocieron que no existen diferencias significativas entre el producto español y el nacional; por lo que se refiere al ataque químico, indicaron que las diferencias existentes no impactan el uso y la intercambiabilidad entre los productos; en cuanto a la resistencia a la flexión, señalaron que no contaron con información que permita apreciar si las diferencias en este aspecto pudieran tener un impacto en el uso e intercambiabilidad entre el producto nacional y el español.

- G.** En cuanto a las diferencias en el decorado del esmalte que pudieran existir entre los productos nacionales y españoles, la Secretaría coincide con los importadores en el sentido de que el tipo de decorado no es una propiedad medible, ya que el dibujo o decorado depende de lo que el productor pretenda obtener, de tal forma que está en función de elementos subjetivos que no muestran inexistencia de similitud.
- H.** Además, la Secretaría consideró que no existen elementos que le permitan suponer que las técnicas y materiales empleados por los productores españoles sean exclusivos de éstos, ya que los productores nacionales adquieren equipos Roll Print y Multiroll, así como materiales de empresas que abastecen también a los productores españoles; prueba de ello es que una empresa solicitante aplica la técnica Rotocolor Manufacturing Printing en la producción de sus recubrimientos, lo que indica que en el mercado mexicano se encuentren productos con las características que señalan los mismos importadores y exportadores.
- I.** Además de ello, la Secretaría consideró que la inversión para la creación de cerámicos con variedad de decorados y tipos de colores, que a decir de los importadores caracteriza a la industria española, indica la importancia del decorado, pero no demuestra que los productos nacionales y los españoles dejen de ser similares entre sí.
- J.** Asimismo, la existencia o no de una Asociación para promover una política global sobre el diseño de los productos, como en el caso del Reino de España, no puede ser un elemento que determine la existencia o no de similitud entre los productos, sí éstos tienen características y composición semejantes que les permita su intercambiabilidad.
- K.** Con base en la información que consta en el expediente administrativo de la presente investigación, no existen elementos objetivos que sustenten las afirmaciones de los importadores y exportadores sobre los supuestos defectos y diferencias en tamaño y color del producto nacional y, en su caso, cómo impactarían en la similitud.
- L.** Finalmente, el argumento sobre la temporabilidad y variedad de los diseños es subjetivo para acreditar la inexistencia de similitud, en virtud de que éstos dependen de cada productor, incluso varía entre los mismos productores españoles. Asimismo, de acuerdo con los catálogos de venta de Porcelanite, se observó que este productor nacional, al igual que los productores españoles, también ofrece en el mercado recubrimientos cerámicos en coordinados o familias.

**734.154.** De acuerdo con lo descrito en el punto anterior, lo cual se sustenta con la información que consta en el expediente administrativo de la presente investigación, la Secretaría determinó que los recubrimientos cerámicos de producción nacional y los originarios del Reino de España tienen características y composición semejantes, y no se encontraron elementos que indiquen que las diferencias que presentan, las cuales pueden variar para cada productor, impacten de manera importante en la intercambiabilidad de los productos. De hecho, de acuerdo con la información que proporcionaron los importadores, se observó que incluso entre las mismas empresas españolas varían las especificaciones de algunas de las características que identifican a los productos, entre ellas el formato, espesor, absorción de agua, dureza al rayado y resistencia a la flexión.

**735.155.** Asimismo, con base en el informe de la ASCER sobre las características técnicas y composición de productos o piezas especiales, elaborado por el portavoz de la representación de la Asociación Española de Normalización y Certificación, la Secretaría confirmó que incluso los esmaltes y colores utilizados por los productores nacionales para la fabricación del producto investigado están en función de la tecnología que se utiliza y de las características físico-químicas que demanda el fabricante, de tal forma que en dicho informe se señala que no se puede obtener una fórmula general.

### **C. Funciones y usos**

**736.156.** Las solicitantes indicaron que los productos investigados tienen los siguientes usos y funciones: el azulejo se utiliza como revestimiento de paredes interiores en locales residenciales o comerciales y su función es de protección y/o de decoración; el pavimento de gres o piso cerámico es adecuado para los suelos interiores en locales residenciales o comerciales, aunque aquellos cerámicos cuyas características les permiten resistir bajas temperaturas y tener alta resistencia a la abrasión, pueden utilizarse también para revestimiento de fachadas y suelos exteriores. Asimismo, señalaron que los cerámicos esmaltados tipo semigres y porcelanato son recomendados para piso, y aquellos con proceso cottoforte son adecuados para muro. Tanto las exportadoras como las importadoras no aportaron argumentos para desvirtuar las funciones y usos del producto objeto de esta investigación.

**737.** Por otra parte, las importadoras argumentaron que al considerar a los productos importados y nacionales similares, no existe fundamento legal ni motivos para rechazar que también son similares los recubrimientos de mármol, madera, vinyl, linóleo e inclusive las alfombras, puesto que tendrían los

mismos usos y funciones que el producto nacional, es decir, para revestir muros y pisos, puesto que las mismas solicitantes señalaron que los productos señalados son sustitutos del producto investigado.

738. Al respecto, la Secretaría desestimó la argumentación de las importadoras en el sentido de que dichos productos son similares a los recubrimientos cerámicos para piso y muro, debido a que no presentan, entre otros elementos, características y composición semejantes, requisito indispensable para determinar la similitud entre los productos.

#### **D. Normas técnicas**

739.157. Las solicitantes mencionaron que los recubrimientos cerámicos importados del Reino de España y los de producción nacional cumplen con diversas normas técnicas, entre ellas, la ANSI, ASTM y UNE. Asimismo, proporcionaron copia del Proyecto de Norma Mexicana de loetas cerámicas esmaltadas y sin esmaltar para piso y muro del Organismo Nacional de Normalización y Certificación de la Construcción y Edificación, S.C., PROY-NMX-C-422-ONNCCE-2002, donde se definen las especificaciones que, en su caso, deberán cumplir los recubrimientos nacionales e importados.

740.158. Por su parte, las importadoras señalaron que las especificaciones generales del producto español están dadas por las normas europeas establecidas por la Comisión Europea de Normalisation (CEN): la norma "EN" 87 contiene definiciones, clasificaciones, características y requisitos de designación para los azulejos de cerámica para revestir pavimentos y paredes; la norma "EN" 163 establece las reglas para la composición de lote de muestras, norma del producto, define para cada grupo de productos dimensiones, tolerancias dimensionales, características mecánicas, físicas y químicas, aspecto y designación de los azulejos cerámicos; normas para métodos de prueba, definen los métodos para la determinación de las características dimensionales y de aspecto, propiedades físicas y químicas.

#### **E. Cobertura del producto investigado**

741. Las importadoras y las exportadoras indicaron que los recubrimientos cerámicos en formatos mayores a 25 x 40 y 40 x 40, así como las piezas especiales debían excluirse de la presente investigación. De forma particular, las exportadoras solicitaron, además, la exclusión de piezas en formatos muy pequeños, aunque no precisaron dimensiones.

742. Al respecto, señalaron que durante el periodo de investigación los productores nacionales solicitantes no fabricaron recubrimientos cerámicos en formatos mayores a 25 x 40 para muro y 40 x 40 para piso, los cuales se utilizan preferentemente en fachadas de edificios y para recubrir áreas de grandes dimensiones, respectivamente, así como piezas en formatos muy pequeños.

743. Por su parte, la Secretaría requirió a las importadoras para que presentaran los medios probatorios de que los recubrimientos cerámicos con dimensiones inferiores a 25 x 40 y 40 x 40 no pueden utilizarse en fachadas de edificios o áreas grandes. En su respuesta, estas empresas indicaron que no es correcto interpretar que es imposible utilizar formatos inferiores para dichos usos, puesto que la preferencia de este tipo de productos está en función del gusto de los consumidores, modas o reglas de diseño, para lo cual proporcionaron opiniones de especialistas en esta materia.

744. Al respecto, es importante destacar que las mismas empresas reconocen que no existe imposibilidad alguna para que los recubrimientos cerámicos con formatos menores a los señalados se puedan utilizar en fachadas de edificios o exteriores, puesto que la preferencia en el uso de este tipo de productos depende principalmente del gusto de los consumidores y de las modas, y no de reglas de diseño que técnicamente impidan la intercambiabilidad entre los productos.

745. Independientemente de lo anterior, con base en información proporcionada por las solicitantes a requerimiento de la Secretaría, se observó que al menos dos de ellas fabricaron en el periodo investigado recubrimientos cerámicos con medidas o formatos superiores a los 25 x 40 y 40 x 40.

746. A partir de lo indicado anteriormente, la Secretaría desestimó la solicitud de las importadoras y exportadoras de excluir de la investigación los recubrimientos cerámicos con las dimensiones superiores a 25 x 40 y 40 x 40 y en dimensiones pequeñas: los primeros en razón de que no existen elementos que demuestren que por las diferencias en las dimensiones los recubrimientos cerámicos de fabricación nacional no tengan los mismos usos que los importados del Reino de España; los segundos, teniendo en cuenta que las exportadoras no aportaron los medios probatorios para sustentar que la industria nacional no fabrica este tipo de piezas, además de que no especificaron las dimensiones de los mismos.

747. Por otra parte, las empresas importadoras y exportadoras señalaron que por la fracción arancelaria 6908.90.01 ingresan piezas especiales, entre ellas, las llamadas cenefas, listelos, productos rectificadas, zoclos y molduras, las cuales tienen la función de proporcionar características de ornato a los muros y pisos y no la de revestirlos.

**748.** Con relación a estas piezas, a partir de la información proporcionada por las partes, se identifican como "piezas especiales" aquellas que por lo general son piezas rectangulares cuya altura es menor a la base, con un diseño muy especial y generalmente se comercializan en piezas en lugar de metros cuadrados, cuyos precios, a decir de las importadoras, son relativamente superiores con respecto a los recubrimientos cerámicos conocidos como cenefas, listelos, molduras, cubrecantos, ángulos, escuadras, cantoneras, tacos, zoclos y peldaños.

**749.** Con relación a las importaciones de estos productos, tanto las importadoras como las exportadoras indicaron que deben ser excluidas puesto que las solicitantes no fabricaron este tipo de piezas en el periodo investigado. En particular, indicaron que de la información y argumentos que presentaron las solicitantes en su solicitud y prevención se desprende que la investigación comprende azulejos y losetas para muros y pisos, y no justifican técnicamente que hayan fabricado piezas especiales o que las importaciones de estos productos hayan contribuido al daño alegado.

**750.** Al respecto, las empresas solicitantes señalaron que si bien la práctica desleal también se presenta en las piezas especiales, reconocieron no haberlas incluido como producto investigado en razón de lo siguiente: los problemas de información y pruebas para demostrar su precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos y su valor normal, su volumen en relación con el total de recubrimientos cerámicos es menor al 1 por ciento y precios unitarios muy altos. No obstante, indicaron que la variedad de piezas especiales que fabrica Porcelanite no la tienen otros productores nacionales y extranjeros.

**751.** Por lo que se refiere a las llamadas piezas especiales, la Secretaría determinó que independientemente de que la industria nacional haya fabricado este tipo de piezas durante el periodo investigado, no se encuentran dentro de la cobertura del producto investigado, puesto que las mismas solicitantes reconocieron no haberlas incluido debido a la imposibilidad de proporcionar pruebas de valor normal y precio de exportación, así como por su reducido volumen.

**752.** Cabe aclarar que la Secretaría no consideró a las piezas rectificadas como especiales debido a que la propia ASCER, algunas de las empresas exportadoras y las solicitantes indicaron que se trata de recubrimientos para piso o muro a los cuales se les rectifican los cantos.

**753.** Aunado a lo anterior, en un informe proporcionado por la ASCER sobre las características técnicas y composición de productos o piezas especiales, elaborado por el portavoz de la representación de la Asociación Española de Normalización y Certificación, se menciona que los productos rectificadas son piezas básicas que, una vez terminado el proceso de fabricación se someten a un tratamiento mecánico aplicado a la ortogonalidad entre las piezas de una partida hasta márgenes muy inferiores a las tolerancias establecidas por la norma.

**754.** Por otra parte, las solicitantes indicaron que realizaron importaciones de mercancías denominadas porcelanatos en razón de que no se fabrican en el mercado nacional. Por ello, la Secretaría determinó que dichos productos tampoco están dentro de la cobertura de producto investigado.

#### **F. Similitud del producto**

**755.** De acuerdo a lo señalado en los puntos 5 a 8 y 720 a 754 de esta Resolución, la Secretaría determinó que existen suficientes elementos en el expediente administrativo para considerar que los recubrimientos cerámicos originarios del Reino de España y los de fabricación nacional que se clasifican por la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, tienen características y composición semejantes, lo que les permite cumplir con las mismas funciones y ser comercialmente intercambiables, de manera que pueden considerarse similares en términos de lo dispuesto en los artículos 2.6 del Acuerdo Antidumping y 37, fracción II del RLCE.

**756.** Asimismo, la Secretaría determinó de forma preliminar que no están incluidos dentro de la cobertura del producto investigado los recubrimientos cerámicos considerados como piezas especiales que se indicaron en el punto 748 de esta Resolución y los porcelanatos. En la siguiente etapa de la investigación la Secretaría se allegará, en la medida de lo posible, de mayores elementos para describir y distinguir tanto a las piezas especiales como a los porcelanatos.

#### **Análisis de mercado internacional**

**757.** Para el análisis del comportamiento en el mercado internacional del producto investigado, en la solicitud de inicio las solicitantes aportaron información sobre producción, exportaciones, importaciones y consumo en el mundo de recubrimientos cerámicos a partir del informe de la ASCER, "El Sector Español de Fabricantes de Baldosas Cerámicas, 2000". En la etapa preliminar, con base en la publicación citada, así como de su experiencia y conocimiento del mercado, diversas importadoras aportaron información adicional sobre los indicadores referidos. Por su parte, las exportadoras indicaron que el Reino de España, junto con la República de Italia, ejerce un liderazgo en el mercado mundial de recubrimientos cerámicos.

**758.** La producción mundial de recubrimientos cerámicos registró un aumento de 12 por ciento en el periodo de 1998 a 2000, al pasar de 3,673 a 4,123 millones de toneladas, y se concentra de forma principal en países de Europa y Asia. En el 2000, los primeros seis países productores fueron la República de Italia, el Reino de España, la República Federativa de Brasil, la República Popular China, República de Turquía y los Estados Unidos Mexicanos, quienes en forma conjunta concentraron el 60 por ciento de la producción mundial. Cabe destacar que los dos primeros países concentraron el 30.4 por ciento al producir 632 y 621 millones de metros cuadrados, respectivamente; por su parte, los Estados Unidos Mexicanos participaron con el 3 por ciento al alcanzar una producción de 139 millones de metros cuadrados.

**759.** Por lo que se refiere a las exportaciones mundiales de recubrimientos cerámicos, éstas aumentaron 9 por ciento de 1997 a 1999, al pasar de 939 a 1,022 millones de toneladas. En 1999, los primeros seis exportadores fueron la República Italiana, el Reino de España, la República de Turquía, la República Federativa de Brasil, los Estados Unidos Mexicanos y la República Portuguesa, que en conjunto participaron con el 77 por ciento de las exportaciones totales. En particular, la República de Italia y el Reino de España figuraron como los principales exportadores en ese año, puesto que concentraron el 67 por ciento; por su parte, los Estados Unidos Mexicanos participaron con el 2.5 por ciento.

**760.** El flujo de las exportaciones se dirigió principalmente a la República Federal de Alemania, los Estados Unidos de América, la República Francesa, la República de Polonia, el Reino Unido de Gran Bretaña y la República Helénica, países que en conjunto concentraron el 47 por ciento de las importaciones totales tanto en 1997 como en 1998 y 1999. Destacan la República Federal de Alemania y los Estados Unidos de América como los principales importadores, puesto que en cada uno de los años señalados concentraron el 28 por ciento.

**761.** En cuanto al consumo mundial de recubrimientos cerámicos, éste aumentó 12 por ciento de 1997 a 2000, al pasar de 3,360 a 3,757 millones de toneladas. En el 2000, los principales países consumidores fueron la República Federativa de Brasil, la República Popular China, el Reino de España, los Estados Unidos de América, la República Italiana y la República Federal de Alemania, quienes en forma conjunta concentraron el 43 por ciento del consumo mundial. La República Federativa de Brasil, la República Popular China y el Reino de España concentraron el 27 por ciento, al consumir en conjunto 1,031 millones de metros cuadrados.

## **Análisis de mercado nacional**

### **A. Producción nacional**

**762.** Las solicitantes Porcel; Porcelanite; Lamosa y Vitromex manifestaron que fabrican el 65 por ciento de la producción nacional de recubrimientos cerámicos, mientras que el resto de la producción está conformada por Inter ceramic, Dal Tile y Comercializadora de Productos Cerámicos, quienes representan el 29 por ciento de la producción nacional, así como por otras empresas que en conjunto participan con el 6 por ciento. En apoyo a sus afirmaciones las solicitantes anexaron escrito de la AMPREC de fecha 20 de diciembre de 2001, el cual corrobora su dicho.

**763.** En adición a lo anterior, las solicitantes presentaron escritos de las empresas Inter ceramic, Dal Tile y Comercializadora de Productos Cerámicos, de fechas 21 de enero de 2001 y 24 y 21 de enero de 2002, respectivamente, donde se acredita el apoyo de estos productores nacionales a la presentación de la solicitud de inicio de la investigación en contra de las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España.

**764.159.** Con base en lo indicado en los dos puntos anteriores, en la resolución de inicio la Secretaría indicó que los productores nacionales que solicitan el inicio de la investigación, así como los que apoyaron la petición constituyeron una proporción importante de la producción nacional, al representar el 94 por ciento.

**765.** En esta etapa de la investigación, las importadoras y exportadoras cuestionaron la legitimidad y representatividad de las solicitantes para solicitar la investigación. En apoyo a dicho cuestionamiento argumentaron lo siguiente:

- A.** Lo reportado por las solicitantes sobre la producción nacional de recubrimientos cerámicos no es confiable y debe ser desestimada y por tanto la investigación debe concluirse, puesto que para la información del resto de los productores nacionales, proporcionada por AMPREC, no se explicó la metodología de recopilación de datos ni la manera de conciliarla contra la contabilidad de sus asociados.

- B.** En el expediente administrativo no obra constancia de la existencia legal de la AMPREC ni de las facultades de su supuesto representante.
- C.** Debe requerirse a los productores Interceramic y Dal Tile para que presenten la información correspondiente a sus principales indicadores económicos, así como a otros productores cuya participación en el mercado nacional no es tan pequeña como indican las solicitantes.
- D.** Debe incluirse dentro de la producción de recubrimientos cerámicos la correspondiente a mármol, madera, vinyl, linóleo e incluso la de alfombras, puesto que estos productos tienen los mismos usos y funciones que los recubrimientos cerámicos. En su caso, debe realizarse el análisis de daño tomando en cuenta la producción de los productos referidos.
- E.** Las solicitantes Lamosa y Vitromex carecen de legitimidad para solicitar el inicio de la investigación, puesto que realizaron importaciones de producto investigado y no acreditaron que las mismas no fueron la causa de la distorsión de los precios internos o la causa del daño o la amenaza del daño alegado. En su caso, debe requerírsele a dichos productores nacionales que proporcionen sus importaciones desde 1998, indicando el país de procedencia, especificaciones y características de los productos importados en dicho periodo.

**766.** Al respecto, las solicitantes señalaron que la AMPREC es el organismo adecuado para acreditar que representan el 65 por ciento de la producción nacional de recubrimientos cerámicos y por tanto están legitimadas para solicitar la investigación. Para ello, indicaron que esta asociación proporcionó información de sus registros, cuya fuente son las propias empresas asociadas, y están disponibles para su verificación.

**767.** Por su parte, Lamosa y Vitromex argumentaron que las importaciones que realizaron correspondieron a producto no investigado, por ello deben ser consideradas como parte de la rama de producción nacional y, en consecuencia, legitimadas para solicitar la investigación.

**768.** La Secretaría procedió a realizar las indagaciones correspondientes a fin de determinar la participación de los productores nacionales no solicitantes Interceramic; Dal Tile y Comercializadora de Productos Cerámicos, dentro de la producción nacional de recubrimientos cerámicos. Para tal efecto, solicitó información a estas empresas sobre sus principales indicadores económicos para los años 1999, 2000 y enero a junio de 2001, entre los que se encuentra la producción. Asimismo se requirió a la AMPREC para que indicara las empresas que conforman la industria nacional de recubrimientos cerámicos y proporcionara información sobre indicadores económicos de las mismas.

**769.** En su respuesta Dal Tile corroboró su apoyo a la presente investigación y presentó información de sus indicadores económicos; por su parte, Interceramic, no obstante que había proporcionado una carta de apoyo, respondió que carece de interés jurídico sobre el resultado de la presente investigación.

**770.160.** De la información aportada por la AMPREC, la Secretaría observó que la industria nacional de recubrimientos cerámicos está conformada por las solicitantes y las empresas Interceramic; Dal Tile; Comercializadora de Productos Cerámicos y Santa Julia de Puebla, S.A. de C.V. Asimismo, esta Asociación proporcionó información sobre los principales indicadores económicos de dichas empresas, correspondiente a 1999, 2000 y enero a junio de 2001.

**771.161.** Con base en la información sobre producción de recubrimientos cerámicos proporcionada por AMPREC, las solicitantes y Dal Tile, la Secretaría se percató que en el periodo de enero a junio de 2001, la producción conjunta de las solicitantes representó 67 por ciento de la producción nacional total, el resto correspondió a los otros productores nacionales mencionados, de los cuales Dal Tile participa con el 13 por ciento.

**772.** Por otra parte, tal como se expuso en el apartado de similitud de los productos, la Secretaría desestimó los argumentos de las empresas importadoras para añadir a la producción de recubrimientos cerámicos la correspondiente a mármol, madera, vinyl, linóleo y alfombras, puesto que determinó que estos productos no son similares a los recubrimientos cerámicos para piso y muro, debido a que no presentan, entre otros elementos, características y composición semejantes, en términos de lo establecido en la legislación aplicable.

**773.** En cuanto a las importaciones realizadas por Lamosa, esta empresa indicó que correspondieron a productos con características que el mercado nacional no producía y que el volumen de dichas importaciones en el periodo investigado fue insignificante con relación a sus ventas totales; en este sentido, explicó que las importaciones que realizó del Reino de España en el periodo analizado

correspondieron a piezas especiales (cenefas y rodapiés), productos que no producía y que por razones comerciales está imposibilitada de adquirirlas de otros productores nacionales.

**774.** Por su parte, Vitromex indicó que realizó importaciones de porcelanatos de la República Italiana, recubrimientos fabricados con una mezcla de arcillas y caolines blancos que no existen en los Estados Unidos Mexicanos, de especificaciones especiales y por tanto de precios altos, que se destinan a un mercado de alta especificación; sin embargo, el volumen de dichas importaciones representaron menos del 1 por ciento de sus ventas al mercado interno. En cuanto a las importaciones que efectuó del Reino de España, éstas correspondieron a recubrimientos para muro en formato de 20 x 20, con características similares a los de producción nacional, como complemento de su producción puesto que, al igual que Lamosa, por razones comerciales está imposibilitada de adquirirlas de otros productores nacionales.

**775.** Con relación a las importaciones realizadas por Lamosa y Vitromex, con base en los pedimentos y facturas presentados por estas empresas, la Secretaría corroboró que en el periodo investigado una de estas productoras realizó importaciones de producto no investigado, es decir, piezas especiales; en el caso del otro productor nacional, se apreció que correspondieron a recubrimientos de 25 x 20 y 15 x 15 centímetros, aunque no fue posible confirmar que haya realizado importaciones de porcelanatos. Asimismo, con base en el listado de pedimentos de importación del SIC-MEX, la Secretaría constató que las importaciones realizadas por Lamosa y Vitromex registraron participaciones en el volumen total importado del Reino de España menores al 1 por ciento.

**776.** A partir de lo anterior, la Secretaría determinó de forma preliminar que existen elementos suficientes para considerar que las importaciones realizadas por Lamosa y Vitromex fueron insignificantes e incluso, parte de ellas correspondieron a producto no investigado, por lo que no pudieron ser la causa del daño o la amenaza de daño a la industria nacional.

**777.** Con base en lo establecido en los puntos 762 al 776 de esta Resolución, la Secretaría determinó que las productoras nacionales Porcelanite; Porcel; Lamosa y Vitromex, reúnen los requisitos de representatividad de la rama de la producción nacional del producto similar, así como la legitimidad para solicitar el inicio de la investigación antidumping, de conformidad con lo establecido en los artículos 4.1 y 5.4 del Acuerdo Antidumping, 40 y 50 de la LCE, 60, 61 y 62 del RLCE.

#### **B. Canales de comercialización y consumidores**

**778.** En la etapa de inicio las solicitantes indicaron que los recubrimientos cerámicos objeto de análisis son bienes de uso final que llegan al consumidor a través de distribuidores de materiales para la construcción o grandes mayoristas. En el caso de los recubrimientos cerámicos de producción nacional, el 100 por ciento de las ventas de dos de las solicitantes se realiza por este medio, otro de los productores destina sus ventas en mayor proporción a distribuidores independientes y el resto a tiendas propias y home centers.

**779.** Por su parte, las empresas importadoras señalaron que adquieren el producto importado y lo comercializan en el mercado nacional a través de grandes o menores distribuidores, o incluso directamente a clientes finales.

**780.** Las empresas importadoras argumentaron que no obstante que el producto nacional y el 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.

**781.** De hecho, una parte significativa del producto importado se vende en establecimientos ubicados en zonas de consumidores de mayores ingresos, en donde el producto nacional no se expende, o se comercializa en forma limitada. En apoyo a esta aseveración, las importadoras proporcionaron escritos de supuestos clientes que adquirieron el producto importado y nacional. En dichos escritos los clientes que adquirieron producto español indican las razones por las cuales adquirieron producto español y la ubicación de los establecimientos; por su parte, otros clientes señalan que adquirieron producto nacional debido a su bajo precio.

**782.** En el mismo sentido, las empresas exportadoras señalaron que el mercado de los recubrimientos cerámicos se divide en construcción y reposición, los cuales se abastecen fundamentalmente a través de distribuidores mayoristas o minoristas. En el mercado de reposición, segmento de mercado reducido y de altos ingresos, los consumidores individuales toman sus propias decisiones con respecto a los

recubrimientos que deben ser usados en sus viviendas y demás espacios; en este sentido, dadas las altas especificaciones, entre ellos el diseño, los recubrimientos españoles son los que se consumen en este mercado.

**783.** En cuanto al mercado de la construcción, éste se conforma por la mayor parte de empresas constructoras, las cuales para adquirir los contratos de construcción de obras públicas y privadas concurren a licitaciones, por ello, para ser competitivos en estos concursos necesitan adquirir los materiales, entre ellos los recubrimientos, a los precios más bajos posibles. Por ello, los recubrimientos españoles, dado su alto precio, no son materiales viables para las grandes obras de infraestructura pública, ni para vivienda de nivel medio o interés social. De hecho, la vivienda media alta y residencial tienen una reducida proporción en el total de obras llevadas a cabo por las constructoras.

**784.** Las exportadoras indicaron que las pruebas de lo señalado en el punto anterior, se encuentran en las afirmaciones de diferentes importadores que comparecen en esta investigación y que venden su producto a clientes finales, lo cual podrá ser constatado por la autoridad investigadora mediante un muestreo entre esos clientes, así como en la relación de manifestaciones y reportes de dos productoras nacionales, una de ellas solicitante de esta investigación, de las cuales observaron que no dirigían su producto a los estratos superiores de ingreso.

**785.** Al respecto, las solicitantes argumentaron que no existe tal segmentación de mercado, puesto que el producto español como el nacional se ofrecen en el mercado nacional en una variedad de formatos, diseños, calidades y precios para que los consumidores puedan elegir conforme a sus necesidades. En apoyo a su afirmación, las solicitantes indicaron que, con alguna excepción, tanto el producto importado como el nacional se venden en los mismos establecimientos y usan los mismos canales de comercialización, prueba de ello, es que 6 de los importadores no vinculados con exportadores que comparecen en esta investigación adquieren ambos productos.

**786.** Después de analizar los argumentos aportados por las partes, la Secretaría consideró que el argumento en el sentido de que las constructoras utilizan únicamente recubrimientos nacionales en las construcciones públicas y privadas, por sí mismo, no implica que no se utilicen recubrimientos españoles en ese tipo de construcciones; además, la Secretaría consideró que los medios probatorios ofrecidos por importadores y exportadores no son adecuados para sustentar tales aseveraciones.

**787.** Por otra parte, con base en la información que obra en el expediente, tomando en cuenta que tanto el producto español como el nacional se comercializa en los mismos establecimientos, puesto que importadores no vinculados compraron ambos productos, la Secretaría tuvo elementos para presumir que los consumidores de altos ingresos pueden elegir indistintamente entre el producto español y el nacional, y la elección entre uno y otro depende de las características, entre ellas formato y decorado, y precio.

**788.** En suma, después de analizar los argumentos aportados por las partes, la Secretaría no encontró elementos suficientes que indiquen que los recubrimientos cerámicos españoles y los nacionales se destinen a mercados diferentes, aunque en la siguiente etapa de la investigación se allegará, en la medida de lo posible, de mayores elementos de análisis que permitan resolver en definitiva al respecto.

#### **Análisis particular de daño y causalidad**

**789.** En su solicitud de inicio, las solicitantes argumentaron que en el periodo analizado las importaciones del Reino de España mostraron una tendencia creciente, de tal forma que en el periodo investigado, de enero a junio de 2001, éstas registraron un crecimiento de 107 por ciento con respecto al periodo de enero a junio de 1999 y 28 por ciento respecto al lapso previo. Asimismo, indicaron que en términos absolutos las importaciones investigadas pasaron de 1.7 a 3.5 millones de metros cuadrados del periodo de enero a junio de 1999 al periodo investigado, lo que se tradujo en un incremento de su participación en el CNA de 2.8 puntos porcentuales.

**790.** Las solicitantes indicaron que las condiciones en que se realizaron las importaciones investigadas en el periodo de enero a junio de 2001 ocasionaron un deterioro de los principales indicadores de la industria nacional, tales como participación de mercado, utilización de la capacidad instalada, inventarios, empleo y en la situación financiera.

**791.** Por su parte, las importaciones originarias del resto de los países registraron cantidades mucho menores y sin tendencia al crecimiento, con un total de 751 mil metros cuadrados en el periodo investigado, y de 650 mil y 630 mil metros cuadrados para los periodos de enero a junio de 1999 y 2000, respectivamente.

**792.** Adicionalmente indicaron que el Reino de España ha incrementado su capacidad de producción a una tasa mayor que la de su producción y ventas, lo que le ha permitido contar con capacidad libremente

disponible y ubicarse como el segundo productor mundial y el principal exportador de la mercancía investigada.

**793.** En razón de lo anterior, las solicitantes manifestaron que la industria nacional enfrenta, además, una amenaza de daño por efecto de las importaciones de recubrimientos cerámicos originarias del Reino de España, puesto que la tendencia creciente de las importaciones investigadas originarias de este país al mercado mexicano y la magnitud de capacidad libremente disponible con que cuenta, hacen probable que pudieran destinarse al mercado mexicano al menos en parte, aprovechando para ello las ventajas arancelarias del Tratado de Libre Comercio firmado por los Estados Unidos Mexicanos y la Unión Europea.

**794.162.** De hecho, indicaron que las importaciones investigadas tienden a incrementarse, puesto que en el segundo semestre de 2001 se incrementaron 31 por ciento con respecto al mismo periodo de 2000, y se estima que alcanzarán un volumen de 3.9 millones de metros cuadrados en el periodo de enero a junio de 2002, con respecto al volumen de importación registrado en el periodo investigado, lo que significa un aumento de 14 por ciento. Para su estimación, las solicitantes aplicaron un análisis de series de tiempo; para ello, ajustaron modelos ARIMA a través del método de máxima verosimilitud con una estacionalidad cuatrimestral donde el PIB es la variable predictora.

**795.** Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 3.4 y 3.7 del Acuerdo Antidumping, 41 y 42 de la LCE, 59, 64 y 68 del RLCE, la Secretaría analizó los argumentos y pruebas presentados por las solicitantes, las empresas importadoras y exportadoras comparecientes, a fin de determinar la existencia de daño o amenaza de daño a la industria nacional en el periodo investigado por causa de las importaciones en condiciones de discriminación de precios de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España.

#### **A. Importaciones objeto de dumping**

**796.** En el punto 65 de la resolución de inicio, con base en el listado de pedimentos de importación del SIC-MEX, la Secretaría obtuvo el volumen de importación para la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, para efectos del análisis del comportamiento de las importaciones. Asimismo, dado que la unidad de medida establecida en la tarifa citada para el producto investigado es kilogramo, la Secretaría aplicó el factor de conversión a metros cuadrados propuesto por las solicitantes: 1/17 por volumen importado, donde 1 es un metro cuadrado y 17 el peso promedio del metro cuadrado; dicho factor lo obtuvieron las solicitantes a partir de una muestra de facturas que proporcionaron para acreditar el precio de exportación a los Estados Unidos Mexicanos.

**797.** Con base en lo anterior, en el punto 74 de la resolución inicio, la Secretaría determinó de forma preliminar que en el periodo investigado el aumento en términos absolutos de las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarios del Reino de España, se reflejó en un incremento de participación en el mercado mexicano; asimismo, se indicó que se observaron indicios de que en el futuro inmediato las importaciones investigadas se incrementen, dada la importante presencia de las importaciones españolas en el periodo analizado y la desgravación arancelaria que hace al mercado mexicano atractivo para la industria del Reino de España.

**798.** En esta etapa de la investigación, de acuerdo con los datos oficiales del SIC-MEX, las exportadoras indicaron que las importaciones investigadas disminuyeron en el periodo investigado con respecto al periodo anterior comparable. Por su parte, las importadoras manifestaron que los volúmenes de importaciones ajustados por la Secretaría no corresponden a las estadísticas oficiales.

**799.** Al respecto, las solicitantes señalaron que la fuente utilizada para obtener las importaciones fue el listado de pedimentos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y que el comportamiento de las importaciones investigadas señalado por las exportadoras en el periodo investigado en relación con el anterior comparable, es resultado de que se incluye el volumen erróneo de una operación de importación de fecha 14 de marzo de 2000.

**800.** Por otra parte, tanto las importadoras como las exportadoras argumentaron que los recubrimientos cerámicos en formatos mayores a 25 x 40 y 40 x 40 y en formatos muy pequeños y las piezas especiales debían excluirse de la presente investigación. Las primeras debido a que en el periodo de investigación los productores nacionales solicitantes no fabricaron recubrimientos cerámicos en formatos mayores a 25 x 40, los cuales se utilizan preferentemente en fachadas de edificios y para recubrir áreas de grandes dimensiones, respectivamente, así como piezas en formatos muy pequeños.

**801.** Al respecto, con base en información proporcionada por las solicitantes a requerimiento de la Secretaría y como ya se afirmó en esta Resolución, se observó que al menos dos de ellas fabricaron en el periodo investigado recubrimientos cerámicos con medidas o formatos superiores a los 25 x 40

y 40 x 40. En virtud de lo anterior, y conforme a lo señalado en similitud de producto, la Secretaría determinó desestimar la solicitud de los importadores y exportadores de excluir de la investigación los recubrimientos cerámicos con las dimensiones señaladas.

**802.** Por lo que se refiere a las piezas especiales, la Secretaría consideró procedente excluirlas de las importaciones realizadas por la fracción 6908.90.01 de la TIGIE, en virtud de que no están dentro de la cobertura del producto investigado, conforme a lo indicado en el apartado de similitud de producto de esta Resolución.

**803.** Adicionalmente, las importadoras y exportadoras solicitaron que las importaciones del Reino de España realizadas por Lamosa y Vitromex, así como las realizadas por dos de las productoras nacionales no solicitantes se excluyan de la investigación para efectos de no sobrestimar el volumen y los precios de las importaciones objeto de investigación. Al respecto, con base en lo señalado en los puntos 775 y 776 de esta Resolución, la Secretaría determinó preliminarmente, con excepción de las piezas especiales, no excluir las importaciones de Lamosa y Vitromex, puesto que, por la magnitud de las mismas no pudieron ser la causa del daño o la amenaza de daño a la industria nacional y su inclusión no influye en el análisis de las importaciones de producto investigado. Por otra parte, a partir del listado de pedimentos del SIC-MEX, la Secretaría no observó importaciones por la fracción 6908.90.01 de la TIGIE, realizadas por los productores nacionales no solicitantes.

**804.** Adicionalmente, las propias solicitantes indicaron que realizaron importaciones de mercancías denominadas porcelanatos en razón de que no se fabrican en el mercado nacional. Sin embargo, en esta etapa de la investigación la Secretaría careció de los medios apropiados para identificar las transacciones correspondientes a este tipo de recubrimientos cerámicos, por lo que se vio imposibilitada de excluirlas; de hecho, ni las importadoras o exportadoras proporcionaron elementos que permitiera cuantificarlos. En la siguiente etapa de la investigación la Secretaría se allegará, en la medida de lo posible, de mayores elementos para identificar este tipo de productos.

#### **a. Volumen de las importaciones investigadas**

**805.** A partir de lo indicado en los puntos anteriores, con el fin de depurar el volumen de importaciones dentro de la cobertura de producto investigado que ingresó al mercado nacional por la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, tanto en el periodo de enero a junio de 2001 como en los dos periodos anteriores comparables, la Secretaría procedió de la forma que se indica a continuación.

**806.** En primer término, la Secretaría se allegó del pedimento de importación y la factura de la operación a que se hace referencia en el punto 799 de esta Resolución; con base en ello, y para efectos de cuantificar las importaciones que ingresaron al mercado nacional por la fracción 6908.90.01 de la TIGIE, se consideró el volumen y valor reportado en la factura para esa transacción; para ello, se tomó en cuenta que el volumen reportado en el pedimento de importación es erróneo, pues el precio calculado a partir del mismo se ubica muy por arriba del precio de las transacciones de importación del Reino de España.

**807.** Posteriormente, del total de importaciones registradas en el listado de pedimentos del SIC-MEX por la fracción señalada, la Secretaría excluyó las importaciones correspondientes a piezas especiales.

**808.** Para estimar el volumen de importaciones de piezas especiales originarias del Reino de España, la Secretaría se allegó de copias de pedimentos de importación con sus respectivas facturas correspondientes a importaciones de ese país realizadas en el periodo de enero a junio de 2001 por la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE, aportados por agentes aduanales y empresas importadoras en respuesta a requerimiento de esta Secretaría.

**809.** Asimismo, diversas empresas importadoras, entre ellas, Jaram, Cerfomex, Comercializadora de Cerámica, Baldor, GNK, Papeles Pintados Iberia, Recubre, Rocersa México, Sanimex y Tau México proporcionaron a la Secretaría sus bases de importaciones de productos procedentes del Reino de España por la fracción referida, para el periodo de enero a junio de 2001 y los dos periodos anteriores comparables. En dichas bases, esas importadoras indicaron las operaciones correspondientes a piezas especiales y a recubrimientos cerámicos, así como sus montos expresados tanto en kilogramos como en metros cuadrados.

**810.163.** A partir de la documentación y la información indicada, la Secretaría identificó en el listado de pedimentos del SIC-MEX las operaciones de importación originarias del Reino de España correspondientes a piezas especiales y a recubrimientos cerámicos realizadas en el periodo investigado, de enero a junio de 2001, las cuales cubrieron el 65 por ciento del total importado del Reino de España en el periodo señalado; asimismo, se observó que del volumen total identificado como piezas especiales y recubrimientos cerámicos, el 3.36 por ciento correspondió a los primeros productos y 96.64 a las mercancías que se encuentran dentro de la cobertura de producto investigado; en términos de valor, los porcentajes fueron 14.28 y 85.72 por ciento, respectivamente.

**811.** Para los periodos de enero a junio de 2000 y 1999, a partir de las bases aportadas por las empresas importadoras, la Secretaría procedió en la misma forma a la señalada en el punto anterior. El resultado de este ejercicio fue el siguiente: en el periodo de enero a junio de 2000 y en el mismo periodo del año anterior, las operaciones identificadas cubrieron el 42 y 37 por ciento, respectivamente, del total importado del Reino de España; asimismo, se observó que del total de volumen identificado como piezas especiales y recubrimientos cerámicos, para los periodos de enero a junio de 2000 y de 1999, el 1.69 y 3.47 por ciento, respectivamente, correspondió a los primeros productos y el resto a mercancías que se encuentran dentro de la cobertura de producto investigado; es decir, recubrimientos cerámicos; en términos de valor, los porcentajes correspondientes a piezas especiales fue 12.34 y 13.78 por ciento, respectivamente.

**812.** Con base en estos resultados, la Secretaría estimó que del volumen total de importaciones originarias del Reino de España realizadas en los periodos de enero a junio de 2001, 2000 y 1999, el 3.36, 1.69 y 3.47 por ciento, respectivamente, correspondió a piezas especiales; en valor los porcentajes estimados fueron 14.28, 12.34 y 13.78, respectivamente. La Secretaría aplicó esos mismos porcentajes a las importaciones originarias de otros orígenes, tomando en cuenta que las importaciones del país investigado representaron en el total importado entre el 72 y 83 por ciento.

**813.** Por otra parte, las importadoras señalaron que el factor utilizado en la resolución de inicio no es correcto, puesto que a partir de la información proporcionada por una de las importadoras comparecientes se aprecia que un metro cuadrado puede pesar desde 12.7 hasta 25 kilogramos; asimismo, con base en información aportada por una de las empresas solicitantes, el peso por metro cuadrado oscila entre 12.7 y 18 kilogramos y un promedio de 14.85 kilogramos.

**814.** Las empresas importadoras argumentaron que un factor de conversión inadecuado puede distorsionar las conclusiones sobre el comportamiento de las importaciones debido a lo siguiente: **a)** al cambiar las mezcla de productos cambia el factor de conversión; **b)** el factor de conversión depende tanto de la composición de productos importados por cada empresa como de su participación en el total de importaciones; **c)** las cantidades en kilogramos pueden no reflejar las tendencias reales, puesto que la introducción de más material pesado no necesariamente implica mayores metros cuadrados importados, y **d)** la aplicación de un factor de conversión incorrecto lleva a un análisis impreciso de precios.

**815.** Por ello, para efectos del análisis de importaciones, propusieron como una primera opción, calcular un factor de conversión a partir de la información de los exportadores comparecientes, tomando en cuenta sus metros cuadrados de exportaciones, siempre y cuando representaran la totalidad de las exportaciones realizadas; como segunda opción indicaron que se deberían obtener los factores de conversión de cada año, considerando el promedio ponderado de los factores de conversión, estos últimos calculados a partir de cada producto por empresa importadora, y aplicarlo a las estadísticas oficiales para convertir kilogramos a metros cuadrados.

**816.** Al respecto, las solicitantes argumentaron que el factor de conversión indicado en la solicitud de inicio se utilizó únicamente para convertir las estadísticas de importación a metros cuadrados, puesto que todos los indicadores económicos de la industria se presentan en esta unidad de medida y su magnitud no afectó la determinación de la Secretaría respecto al comportamiento de las importaciones y sus efectos.

**817.** Con relación a la primera opción propuesta por las importadoras para calcular el factor de conversión, la Secretaría requirió a las exportadoras comparecientes y a la ASCER, la información de sus ventas al mercado mexicano en kilogramos y su equivalencia en metros cuadrados, tanto para el periodo investigado como para los dos periodos previos; sin embargo, únicamente proporcionaron los montos de sus exportaciones en metros cuadrados. Por lo que se refiere a la segunda propuesta, la documentación aportada por las empresas importadoras no presenta las operaciones de importación desglosada a un nivel tan específico. En virtud de lo anterior, la Secretaría se vio imposibilitada para calcular un factor de conversión en los términos propuestos por estas empresas.

**818.** De manera alternativa, la Secretaría calculó el factor de conversión para efectos de estimar los montos de importaciones de mercancías dentro de la cobertura de producto investigado en metros cuadrados, en la forma que se indica a continuación.

**819.** A partir de la identificación en el listado de pedimentos del SIC-MEX de las operaciones de importación del producto objeto de esta investigación originario del Reino de España, conforme a lo indicado en los puntos 810 y 811 de esta Resolución, la Secretaría cuantificó el total de importaciones de recubrimientos cerámicos tanto en kilogramos como en metros cuadrados para el periodo de enero a junio de 2001 y el mismo periodo de 2000 y de 1999; el resultado del cociente dio por resultado 17.58, 17.76

y 17.96 kilogramos por metro cuadrado, respectivamente. La Secretaría aplicó esos factores a los montos de kilogramos de importaciones de recubrimientos cerámicos, tanto para las originarias del Reino de España como de las procedentes de otros orígenes, estimadas conforme a lo indicado en los puntos 806 al 812 de esta Resolución.

#### **b. Comportamiento de las importaciones dumping**

**820.164.** Conforme a lo establecido en el apartado de discriminación de precios de esta Resolución, datos preliminares indican que las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España de 12 exportadoras comparecientes se realizaron sin discriminación de precios. De esta manera, la Secretaría restó estas importaciones en el volumen estimado de producto investigado originario de ese país para efecto de la prueba de daño y causalidad, en la forma que se indica a continuación.

**821.** Para el periodo de enero a junio de 2001, a partir de pedimentos de importación y su factura correspondiente, así como de las bases de compras de las importadoras, del total estimado de producto investigado del Reino de España, calculado conforme a lo señalado en los puntos 806 al 819 de esta Resolución, se descontaron los montos de volumen y valor de las importaciones realizadas por empresas importadoras que se abastecieron de las exportadoras que no incurrieron en discriminación de precios o que los márgenes encontrados preliminarmente fueron de mínimos. Para los periodos de enero a junio de 2000 y 1999, se procedió en forma similar, pero teniendo en cuenta únicamente las bases de compras de las importadoras para esos periodos.

**822.165.** Con base en la metodología descrita, entre enero de 1999 y junio de 2001, se observó el siguiente comportamiento de las importaciones totales de recubrimientos cerámicos: del periodo de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000 aumentaron 60 por ciento, y en el periodo investigado, enero a junio de 2001, se incrementaron 20 por ciento; en el periodo analizado el crecimiento acumulado fue de 93 por ciento.

**823.166.** Por lo que se refiere a las importaciones originarias de países distintos del Reino de España, éstas disminuyeron 1 por ciento del periodo de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000, para luego aumentar 21 por ciento en el periodo investigado en relación con el mismo periodo del año anterior.

**824.167.** Con relación a las importaciones originarias del Reino de España que se realizaron en condiciones de discriminación de precios, se observó que en el periodo analizado éstas registraron una tendencia similar a la registrada por las totales: de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2001 aumentaron 106 por ciento. De forma particular, del periodo de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000 se incrementaron 69 por ciento, para posteriormente aumentar 22 por ciento en el periodo investigado. Dicho comportamiento les permitió alcanzar una participación dentro de las importaciones totales de 68 y 67 por ciento en el periodo investigado y en el anterior comparable, respectivamente.

**825.** Por otra parte, con el fin de evaluar si en el periodo investigado hubo un crecimiento de las importaciones en relación con el consumo interno y la producción nacional, se estimó el tamaño del mercado mexicano de recubrimientos cerámicos, calculado a partir de las cifras de producción nacional más importaciones menos exportaciones. Las importaciones se calcularon conforme a la metodología descrita en los puntos 806 al 821 de esta Resolución; por lo que se refiere a la producción nacional y las exportaciones totales, se consideraron las cifras de la industria nacional aportadas por la AMPREC, las solicitantes y Dal Tile.

**826.** Al respecto, se observó que las importaciones totales de recubrimientos cerámicos pasaron de representar el 4 por ciento del CNA en el periodo de enero a junio de 1999, al 6 por ciento en 2000 y 7 por ciento en 2001. Este incremento fue resultado fundamentalmente del comportamiento de las mercancías originarias del país investigado.

**827.168.** Por lo que se refiere a las importaciones originarias de otros países, éstas mantuvieron su participación en el mercado nacional en 1 por ciento entre el periodo de enero a junio de 1999 y el mismo periodo de 2001. Por su parte, las mercancías originarias del país investigado realizadas en condiciones de discriminación de precios, incrementaron su participación en el mercado nacional de 3 por ciento en el periodo de enero a junio de 1999 a 4 y 5 por ciento en los periodos de enero a junio de 2000 y de 2001, respectivamente.

**828.** El aumento en la participación de 2 puntos porcentuales de las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios, se registró al tiempo en que disminuyó la participación de la producción nacional en el mercado mexicano en 3 puntos porcentuales entre enero a junio de 1999 y el periodo investigado.

**829.** Es importante señalar que a partir de los listados de clientes de las solicitantes y de las importadoras, la Secretaría observó que durante el periodo investigado, 4 de los principales clientes de

las solicitantes aumentaron sus importaciones del Reino de España en 47 por ciento con respecto al periodo anterior, al tiempo que disminuyeron sus compras a la industria nacional en 5 por ciento.

**830.** Con relación al comportamiento de las importaciones originarias del Reino de España, las empresas importadoras argumentaron que el incremento de las mismas estaría asociado a las preferencias arancelarias de la Unión Europea, menor competitividad de la industria nacional en cuanto a calidad de sus productos y a fenómenos cambiarios.

**831.** Al respecto, las solicitantes señalaron que las importadoras no aportaron los medios probatorios para sustentar que el incremento de las importaciones de recubrimientos cerámicos españoles es resultado de las características de estos productos, entre ellas mayor número de acabados, colores y variedad de diseños, así como de una mayor competitividad por el número de productores con mayor inversión tecnológica.

**832.169.** Por otra parte, para desvirtuar el argumento de las importaciones españolas por efectos cambiarios, las solicitantes señalaron que en el periodo de enero a junio de 2002, el euro registró una apreciación con respecto al dólar sin que los precios de las importaciones investigadas hayan registrado un incremento, por el contrario, continuaron descendiendo en dicho periodo. Dicho comportamiento demuestra que los precios de los exportadores españoles son independientes de los movimientos cambiarios y que éstos, incluyendo la sobrevaluación del peso mexicano frente al dólar, son ajenos a las investigaciones antidumping.

**833.** Respecto del argumento de las importadoras de que el incremento de las importaciones del Reino de España se debió en parte a la desgravación arancelaria de las importaciones de la Unión Europea, de 23 a 12 por ciento ad valorem a partir de julio de 2000, la Secretaría considera que tal hecho no es el único factor para explicar el aumento registrado por las importaciones del Reino de España en el periodo investigado, puesto que las procedentes de otros países con los cuales se tienen acuerdos comerciales y que concurren al mercado mexicano, entre ellos los Estados Unidos de América, la República Bolivariana de Venezuela y la República Oriental de Uruguay, han mantenido su participación en el mercado nacional aun cuando tienen un arancel menor (que oscila entre 1 y 10 por ciento), que las del Reino de España.

**834.** Por lo que se refiere al argumento de mayor calidad de las importaciones investigadas, en el apartado correspondiente a similitud del producto de esta Resolución, la Secretaría indicó que el producto nacional y el de importación son similares en cuanto a características físicas, especificaciones técnicas y composición, independientemente de las diferencias que pudieran existir en términos de calidad de los productos, además de que clientes de las solicitantes recurrieron tanto a importaciones investigadas como a producto nacional.

**835.** Asimismo, la Secretaría desestimó el argumento de los importadores en el sentido de que el incremento de las importaciones investigadas estaría asociado también a fenómenos cambiarios, puesto que tal como se explica de forma detallada en el apartado de análisis de precios de esta Resolución, el efecto combinado de la depreciación del euro frente al dólar estadounidense y de la apreciación del peso mexicano respecto a la moneda norteamericana, no se tradujeron en una pérdida de competitividad significativa de los precios nacionales frente a los del producto español.

**836.** Por otra parte, las exportadoras indicaron que el nivel absoluto de las importaciones de recubrimientos, originarias del Reino de España están recuperando el nivel que tenían en 1994, sin que dicha recuperación llegue a ser del 100 por ciento en el futuro previsible. En apoyo a su argumento, indicaron que la empresa Inter ceramic, en su página de Internet, señala que a partir de la estabilización de la economía mexicana a finales de la década de los 90, las importaciones han vuelto a ganar participación en el mercado nacional hasta alcanzar prácticamente el 7 por ciento en el 2001. En ese sentido, tanto las importadoras como las exportadoras coincidieron en señalar que en todo caso, el incremento de las importaciones investigadas, aun cuando es creciente, tienen una participación modesta en el mercado nacional.

**837.170.** Al respecto, en el periodo de enero a junio de 2000 las importaciones del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios se incrementaron 69 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior, para posteriormente aumentar 22 por ciento en el periodo investigado. Dicho comportamiento, les permitió incrementar en dos puntos porcentuales su participación en el mercado mexicano, al pasar de 3 al 5 por ciento; por su parte, la industria nacional redujo su participación en 3 puntos porcentuales al pasar de 96 a 93 por ciento.

## **B. Efectos sobre los precios**

**838.171.** De conformidad con lo dispuesto en los artículos 3.2 del Acuerdo Antidumping, 41 y 42 de la LCE, 64 y 68 del RLCE, la Secretaría analizó si en el periodo investigado los precios de las importaciones del Reino de España concurren al mercado mexicano a precios considerablemente inferiores a los del

producto nacional y al resto de las importaciones, o bien si su efecto fue deprimir de otro modo los precios internos o impedir el alza que en otro caso se hubiera producido; si el nivel de precios fue el factor determinante para explicar el comportamiento de las mismas en el mercado nacional, así como aumentar la demanda de nuevas importaciones.

**839.** En la solicitud de inicio, las solicitantes señalaron que las importaciones investigadas se incrementaron de modo importante, al tiempo que sus precios registraron un descenso, ubicándose por debajo de los precios de las importaciones originarias de los Estados Unidos de América y de la República Italiana, países que han sido proveedores tradicionales de estas mercancías a los Estados Unidos Mexicanos.

**840.** En esta etapa de la investigación, para desvirtuar el comportamiento de los precios de las importaciones del Reino de España y los precios nacionales señalado en la resolución de inicio, las importadoras argumentaron lo que se indica a continuación:

- A.** Las cifras de importaciones utilizadas en la etapa de inicio no coinciden con las cifras oficiales. De tal forma que si se consideran las cifras oficiales correctas, las tendencias de los volúmenes y precios de las importaciones investigadas son contrarias a lo señalado en la resolución de inicio.
- B.** La autoridad investigadora incurrió en un error metodológico al calcular el precio promedio ponderado de mezclas de diferentes productos, por tanto, la disminución de precios pudiera ser explicada por cambios en la composición de la mezcla de productos importados.
- C.** La comparación de precios realizada por las solicitantes a partir de 5 productos importados con el mismo número de productos nacionales fue sesgada por lo siguiente: los formatos de los productos comparados no son similares y por tanto sus precios no son comparables; los productos importados son de lujo y por tanto no similares a los nacionales; la muestra de dichos productos no es representativa, sobre todo cuando las solicitantes manifestaron que contaron con pedimentos y facturas del 89 por ciento del total importado en el periodo investigado; tomando en cuenta el volumen de modelos que exportan los productores españoles, la muestra utilizada para realizar inferencias no es estadísticamente válida.
- D.** En apoyo a lo indicado en el inciso anterior, de acuerdo con lo establecido en la resolución de inicio, el precio promedio del producto importado se ubicó 22 por ciento por arriba del precio promedio del producto nacional, comportamiento que también ocurrió en los dos periodos anteriores comparables, lo cual es indicativo de que la dinámica de las importaciones investigadas no impidió el crecimiento de sus precios y que los productos atienden a segmentos diferentes de mercado.
- E.** El hecho de que los precios del producto importado se ubicaran por arriba del producto nacional en el periodo investigado y los dos anteriores comparables, aunque la brecha se redujo, fue resultado de que una buena parte de los productores nacionales no siguieron la tendencia del mercado internacional; mientras el comportamiento de los precios de los productos españoles es consistente con la tendencia a la baja de los precios de importaciones de los Estados Unidos de América y del precio de las exportaciones de la República Italiana (uno de los principales importadores y el otro principal exportador), los precios nacionales se incrementaron; el comportamiento de los precios nacionales se tradujo en una menor competitividad frente al producto español. Por tanto, la supuesta tendencia a la baja de los precios de las importaciones investigadas del Reino de España no pudo ser la causa del supuesto daño o amenaza de daño a la industria nacional.
- F.** El comportamiento de los precios nacionales fue consistente frente al entorno negativo en el sector de la construcción, e incluso favorable comparado con el resto de los productos relacionados con este sector. El desempeño de los precios nacionales, con base en el Índice Nacional de Precios al Consumidor y del Productor, lejos de estar distorsionado por una práctica antidumping, refleja la tendencia positiva de precios del productor nacional en la economía mexicana. En apoyo a sus aseveraciones proporcionaron información sobre el comportamiento de los precios de otro tipo de recubrimientos en el sector de la construcción, así como la evolución del índice de precios al consumidor y al productor.
- G.** El efecto combinado de la depreciación del euro frente al dólar estadounidense y de la apreciación del peso mexicano respecto a la moneda norteamericana, repercutió en que los precios del producto español al ser convertidos a dólares de los Estados Unidos de América experimentarían una tendencia a la baja, la cual se profundiza por la apreciación del peso

mexicano con respecto al dólar estadounidense. Lo anterior generó que los precios nacionales perdieran competitividad al encarecerse frente a los precios internacionales de recubrimientos cerámicos.

- H.** En apoyo a lo anterior, proporcionaron un ejercicio numérico con datos reales en el que el precio por metro cuadrado de un modelo de recubrimiento de origen español, se mantiene idéntico en términos de euros (y de pesetas españolas) entre los meses de enero y junio del año 2001, en tanto que en dólares americanos dicho precio es 10 por ciento menor por el efecto de la depreciación cambiaria registrada en dichos meses, y al ser convertido a pesos mexicanos el precio es 14 por ciento inferior en virtud del efecto de la apreciación del peso mexicano con respecto al dólar estadounidense.

**841** Con relación a lo argumentado por las importadoras sobre el comportamiento de los precios de los productos españoles y de los precios nacionales del producto similar de fabricación nacional, las empresas solicitantes argumentaron lo que se indica a continuación.

**842.** En cuanto al argumento de que el precio del producto importado se ubicó por arriba del precio nacional y que éste continuó incrementándose en el periodo investigado, las solicitantes indicaron que las importadoras no proporcionaron información que acredite su dicho.

**843.** Por lo que se refiere a lo señalado por las importadoras para desacreditar la comparación de precios a partir de 5 productos de importación y el mismo número de mercancías nacionales, que demuestra que el precio de importación se ubicó por debajo del nacional, las solicitantes indicaron que las importadoras no proporcionaron medios probatorios para sustentar su dicho. En virtud de ello, con base en la información de las importadoras y exportadoras, la Secretaría constatará que los precios de las importaciones investigadas se ubican por debajo de los nacionales.

**844.172.** En cuanto a que los precios nacionales perdieron competitividad en virtud de factores cambiarios, las solicitantes señalaron que el comportamiento del precio de las importaciones españolas en el primer semestre de 2002, demuestra que los precios de los exportadores españoles son independientes de los movimientos cambiarios y que éstos, incluyendo la sobrevaluación del peso mexicano frente al dólar, son ajenos a las investigaciones antidumping.

**845.** Respecto del comportamiento de los precios del producto nacional frente al ajuste del sector de la construcción y de la economía mexicana en su conjunto, las solicitantes argumentaron que en virtud de las ventajas comparativas de los recubrimientos cerámicos frente a otra clase de recubrimientos, y dado su bajo consumo per-cápita en los Estados Unidos Mexicanos, su demanda ha observado un desempeño positivo, lo que ha propiciado nuevas inversiones para ampliar la capacidad. Sin embargo, lo que se está cuestionando en esta investigación antidumping no es el desempeño del CNA, sino la práctica de discriminación de precios en que incurren las importaciones investigadas y con ello la disminución de ventas de la industria nacional y el deterioro de su rentabilidad.

**846.** Las solicitantes consideraron que era falso que los precios nacionales hayan seguido los precios al productor nacional reportados por el Banco de México en virtud de lo siguiente: a partir del cuarto trimestre de 1999 el crecimiento de las importaciones investigadas empezaron a repercutir en el mercado mexicano y por consiguiente a dañar a la industria nacional, por ello, tomando como base enero de 2000, se observó que en el periodo de enero a junio de 2001 en relación con el mismo periodo del año anterior, el índice de precios al productor aumentó 8.06 por ciento; por su parte, los precios nacionales de recubrimientos aumentaron en 2.06 por ciento, lo cual, en valores constantes significó una disminución de 11.5 por ciento. Lo anterior, significó que el aumento de los precios nacionales de recubrimientos cerámicos no fue suficiente para compensar el incremento de la inflación de precios al productor.

**847.** En ese sentido, las solicitantes señalaron que las importadoras soslayaron que en el periodo comprendido de enero de 2000 a junio de 2001 el índice de precios al productor de recubrimientos cerámicos, de acuerdo con información reportada por el Banco de México, registró un descenso importante, mientras que los relativos a otros productos registraron aumentos.

**848.** Tomando en cuenta lo argumentado por las partes comparecientes, para efectos de estimar los precios correspondientes a los recubrimientos cerámicos sujetos a investigación, la Secretaría calculó los precios promedio de las importaciones originarias del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios y las procedentes de otras fuentes de abastecimiento, para los periodos de

enero a junio de 1999, 2000 y 2001, a partir de las cifras de valor y volumen de las importaciones totales registradas en el SIC-MEX, ajustadas conforme a la metodología descrita en los puntos 806 al 821 de esta Resolución; al valor se agregó los gastos de internación como arancel, derechos de trámite aduanero y gastos de agente aduanal a fin de obtener los precios puestos en el mercado nacional.

**849.** En cuanto al precio promedio de las importaciones de los recubrimientos cerámicos investigados originarios de países distintos del Reino de España, se observó que en el periodo de enero a junio de 2000, el precio promedio ponderado aumentó 21 por ciento en relación con el periodo comparable anterior.

En el periodo investigado, el precio promedio de dichas importaciones registró un descenso de 10 por ciento con respecto al periodo de enero a junio de 2000.

**850.** En particular, el precio promedio de las importaciones de los Estados Unidos de América aumentó

6 por ciento de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000, para luego registrar un descenso de 16 por ciento; por su parte, las importaciones procedentes de la República Italiana aumentaron 16 por ciento en el primer semestre de 2000 con respecto al mismo semestre de 1999 y disminuyeron 11 por ciento en el periodo investigado.

**851.** Por lo que se refiere a las importaciones investigadas del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios (excluye volúmenes que no se realizaron con dumping o éste fue

de mínimis), la Secretaría observó que en el primer semestre de 2000 el precio promedio ponderado disminuyó 5 por ciento en relación con el mismo periodo del año anterior, para volver a caer 12 por ciento en el periodo investigado, pero aun con ello, se ubicaron a precios significativamente inferiores que el resto de competidores: en particular, 55 por ciento por debajo del precio de las importaciones de los Estados Unidos de América y 38 por ciento en relación con el precio registrado por las procedentes de la República Italiana.

**852.** Por otra parte, con base en las cifras proporcionadas por AMPREC, las solicitantes y Dal Tile sobre las ventas al mercado interno a nivel planta de la industria nacional, la Secretaría observó que durante el periodo de enero a junio de 2000, el precio promedio ponderado de venta al mercado interno de los recubrimientos cerámicos de la industria nacional aumentó 11 por ciento con respecto al mismo periodo de 1999, para luego registrar un aumento de 2 por ciento en relación con el periodo de enero a junio de 2000.

**853.** Para efectos de la comparación del precio de las importaciones en condiciones de discriminación de precios con el precio de la industria nacional, la Secretaría procedió de la siguiente forma: de las bases de datos de las ventas al primer cliente no relacionado, aportadas por empresas importadoras vinculadas que adquirieron producto en condiciones de dumping, se calculó el valor y volumen. Asimismo, de las bases de datos de compras de importación de las empresas no vinculadas que incurrieron en dumping, se obtuvo también el volumen y valor; a este último indicador se sumó el arancel, DTA y gastos de agente aduanal correspondientes, así como flete y seguro interno; estos últimos calculados conforme a la información proporcionada por estos importadores no vinculados.

**854.** Para el resto de las importaciones en condiciones de dumping realizadas por empresas que no comparecieron, la Secretaría agregó al valor en el punto de entrada, el arancel, DTA y gastos de agente aduanal correspondientes, así como los gastos de internación para estimar el precio a la bodega del importador durante el periodo investigado. Estos últimos calculados conforme a la información proporcionada por los importadores no vinculados que dieron respuesta al requerimiento de la autoridad investigadora.

**855.** A partir de los valores y volúmenes obtenidos conforme a lo indicado en los dos puntos anteriores se calculó el precio promedio ponderado. Por lo que se refiere al precio nacional, la Secretaría consideró el reportado por AMPREC, las solicitantes y Dal Tile sobre las ventas al mercado interno a nivel planta de la industria nacional, al cual se sumó el flete promedio para llevar el producto puesto en bodega de sus clientes. Cabe aclarar que para el cálculo del flete promedio de la industria nacional, la Secretaría consideró la información aportada por las solicitantes, quienes representaron en el periodo investigado, en conjunto, el 67 por ciento de la rama de la industria nacional de recubrimientos cerámicos.

**856.** Con base en lo señalado en los dos puntos anteriores, la Secretaría observó que en el periodo de enero a junio de 2000 y en el periodo investigado, enero a junio de 2001, el precio promedio ponderado de las importaciones investigadas del Reino de España, en bodega del importador, se ubicaron 37 y 24 por ciento por arriba del precio promedio ponderado de la industria nacional en bodega de sus clientes.

**857.** Sin embargo, dada la naturaleza diferenciada del producto investigado, y tomando en cuenta lo argumentado por las solicitantes y partes comparecientes, del listado de pedimentos de importación de las operaciones originarias del Reino de España en condiciones de discriminación de precios, estimadas conforme a lo señalado en los puntos 806 al 821 de esta Resolución, la Secretaría identificó aquellas transacciones que registraron precios promedio costo, seguro, flete (CIF) inferiores a los precios promedio puesto en planta de la industria nacional.

**858.** A dichas transacciones se sumó el promedio de los gastos de internación para llevar el producto a la bodega del importador, calculado a partir de la información proporcionada por los importadores no vinculados que dieron respuesta al requerimiento de la autoridad investigadora. El resultado del ejercicio indicó que las importaciones de recubrimientos cerámicos españoles pasaron de una participación de 36 por ciento en el total de las realizadas en condiciones de discriminación de precios en el primer semestre de 1999, al 52 y 66 por ciento en el primer semestre de 2000 y 2001, respectivamente.

**859.** Asimismo, se observó que en el periodo investigado el precio promedio de esas importaciones en bodega del importador se ubicó 11 por ciento por debajo del precio nacional puesto en planta, lo que indica que una parte significativa (66 por ciento) de las importaciones de recubrimientos cerámicos procedentes del Reino de España en condiciones de discriminación de precios se realizaron a precios por debajo de los nacionales.

**860.** En forma similar, la Secretaría identificó aquellas transacciones que registraron precios promedio costo, seguro flete (CIF) por arriba de los precios promedio en planta de la industria nacional, sumó el promedio de los gastos de internación para llevar el producto a la bodega del importador. La Secretaría apreció que dichas importaciones de recubrimientos cerámicos españoles pasaron de una participación de 64 por ciento en el primer semestre de 1999, al 48 y 34 por ciento en el primer semestre de 2000 y 2001, y que en el periodo investigado el precio promedio de esas importaciones en bodega del importador se ubicó 96 por ciento por arriba del precio nacional en planta.

**861.** Por otra parte, las empresas importadoras que comparecieron y que proporcionaron información sobre sus compras de recubrimientos cerámicos, tanto del Reino de España como nacional, observaron el siguiente comportamiento en cuanto a dichas compras: en el primer semestre de 2000 con respecto al mismo periodo del año anterior el volumen de sus importaciones de producto investigado aumentó 82 por ciento y el precio de las mismas en bodega se incrementó 4 por ciento; por su parte, el monto de sus compras nacionales disminuyó 4 por ciento y el precio promedio puesto al mismo nivel indicado se incrementó en 21 por ciento.

**862.** En el periodo de enero a junio de 2001 con respecto al periodo anterior comparable, el volumen de sus importaciones del Reino de España aumentó 54 por ciento y el precio de las mismas puesto en bodega disminuyó 20 por ciento; por su parte, el total de sus compras nacionales disminuyó 15 por ciento y el precio al mismo nivel comercial registró un descenso de 9 por ciento. El comportamiento del precio de las importaciones procedentes del Reino de España, dada la mayor magnitud en que disminuyeron en relación con la caída del precio nacional, podría explicar el incremento de sus compras de recubrimientos de ese país en detrimento del producto de fabricación nacional.

**863.** Por otra parte, conforme a lo indicado en el apartado de discriminación de precios de esta Resolución, durante el periodo de enero a junio de 2001 las importaciones en condiciones de discriminación de precios procedentes del Reino de España por la fracción arancelaria 6908.90.01 de la TIGIE se realizaron con márgenes de dumping que oscilan entre 2.18 a 25.71 por ciento.

**864.** A partir de lo establecido en los puntos 838 al 863 de esta Resolución y de los argumentos de las importadoras, exportadoras y las solicitantes, la Secretaría procedió a analizar las condiciones específicas de competencia en los precios de recubrimientos cerámicos en el periodo investigado y en periodos comparables anteriores. La Secretaría observó que el precio de los recubrimientos cerámicos registró una tendencia decreciente en las importaciones de los Estados Unidos de América procedentes de diferentes países por la fracción arancelaria investigada y las exportaciones de la República Italiana a los países no europeos, de acuerdo con los datos del U.S. International Trade Commission (USITIC) y de Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), aportados por importadoras y exportadoras.

**865.** Con base en la información indicada en el punto anterior, se observó que en el periodo de enero a junio de 2000 el precio de las importaciones realizadas por los Estados Unidos de América cayó 6 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior, para volver a caer 3 por ciento en el periodo de enero a junio de 2001; por su parte el precio de las exportaciones que efectuó la República Italiana en los periodos referidos mostró el mismo comportamiento al caer 8 y 3 por ciento, respectivamente.

**866.** En ese sentido, las importadoras destacaron que el hecho de que se hubiera dado una disminución en los precios de recubrimientos cerámicos en dos de los mercados relevantes (Estados

Unidos de América es el principal importador y la República Italiana el principal exportador) y que las importaciones del Reino de España siguieran dicha tendencia, originó la disminución del diferencial de precios entre el producto español y el nacional, por lo cual el comportamiento del precio de las importaciones investigadas importadas del Reino de España no pudo ser la causa del supuesto daño o amenaza de daño a la industria nacional.

**867.173.** La Secretaría desestimó el argumento de los importadores, ya que el análisis de daño o amenaza de daño no se reduce únicamente a ese aspecto de la competencia de las importaciones. De hecho, la Secretaría consideró que las tasas de crecimiento de dichas importaciones, el nivel de subvaloración de sus precios con respecto al precio nacional señalado en el punto 859 de esta Resolución, los márgenes de dumping con que se realizaron y su participación creciente en el consumo nacional, entre otros factores, no son aspectos insignificantes en el contexto del análisis del efecto de dichas importaciones en los precios nacionales.

**868.174.** Con relación al argumento de las empresas importadoras de que el comportamiento de los precios nacionales fue consistente frente al entorno negativo en el sector de la construcción, e incluso favorable comparado con el resto de los productos relacionados con este sector, dichas empresas proporcionaron información sobre el comportamiento de los precios de otro tipo de recubrimientos en el sector de la construcción, así como la evolución de los índices de precios al consumidor y al productor.

**869.175.** Al respecto, la Secretaría consideró que el comportamiento de los índices nacionales de precios al consumidor y al productor no es un elemento determinante ni explica el desempeño de los precios del producto nacional. Ello en razón de que tales índices, por su propia construcción, es un promedio ponderado de precios de una amplia gama de mercancías, los cuales en un periodo dado y de manera individual pueden haberse incrementado, disminuido o incluso no haber experimentado cambio alguno. De tal forma, que el hecho de que el índice de precios aumente o disminuya, no implica necesariamente que todos los precios que componen tal índice tengan que disminuir o aumentar, y ni siquiera en la misma proporción.

**870.176.** Por lo que se refiere a los efectos del comportamiento recesivo de la construcción sobre los precios del producto nacional, la Secretaría consideró que el mismo tuvo un impacto similar tanto en el producto importado como en el nacional, puesto que las importaciones y las ventas internas crecieron en el periodo investigado a una menor tasa en relación con la que registraron en el periodo anterior comparable.

**871.** Por lo que se refiere al argumento de los importadores en el sentido de que el incremento de las importaciones investigadas estaría asociado también a fenómenos cambiarios, aunque es práctica de la autoridad investigadora analizar el efecto de los precios de las importaciones objeto de investigación en la industria nacional a partir de la moneda utilizada en las operaciones normales de comercio internacional en los Estados Unidos Mexicanos, la Secretaría analizó el ejercicio propuesto por los importadores para sustentar su aseveración.

**872.** El resultado de dicho análisis indicó que en el periodo investigado el precio promedio ponderado de importación hasta la frontera mexicana, se incrementó 2.3 por ciento en términos de euros en relación con el mismo periodo anterior comparable -tomando en cuenta la depreciación del tipo de cambio promedio (euros por dólar) entre dichos semestres- en tanto que en términos de dólares se observó una disminución de 4.3 por ciento. De la misma forma, el precio de importación denominado en pesos mexicanos disminuyó 4.6 por ciento, toda vez que para el periodo investigado con respecto al anterior comparable, la apreciación de la moneda mexicana fue de 0.4 por ciento en relación con el dólar norteamericano, es decir, dicha apreciación tuvo un efecto poco significativo en el precio de importación.

**873.** A partir de lo anterior, la Secretaría determinó preliminarmente que si bien el precio de las importaciones investigadas se hizo ligeramente más competitivo por el efecto de la depreciación del euro frente al dólar, ello no se reflejó en los precios internos de las empresas solicitantes, toda vez que en términos de dólares éstos prácticamente permanecieron en el mismo nivel que en el periodo anterior comparable (en promedio 5.85 y 5.83 dólares por metro cuadrado). Asimismo, determinó de manera preliminar que la ligera apreciación cambiaría del peso mexicano frente al dólar no se reflejó en una pérdida de competitividad del precio promedio de dichas empresas, de hecho, se observó que las ventas internas en volumen registraron un crecimiento de 4 por ciento.

**874.** A partir de lo indicado en los puntos 837 al 873 de esta Resolución, la Secretaría consideró de forma preliminar que el comportamiento del precio promedio de venta al mercado interno de la industria nacional pudo estar asociado a los precios a que ingresaron las importaciones investigadas del Reino de España, en particular de aquellas cuyo precio se ubicó por debajo del nacional, dada su tendencia creciente en el total importado del país investigado; sin embargo, también debe tomarse en cuenta que la participación de importaciones en el total importado del Reino de España, cuyo precio promedio se ubicó

por arriba del nacional, es significativa, aunque dicha participación registró una tendencia negativa. Lo señalado anteriormente, no permite llegar a una determinación definitiva sobre los efectos en los precios internos causados por las importaciones del Reino de España que ingresaron al mercado nacional en condiciones de dumping.

**875.** En la siguiente etapa de la investigación, la Secretaría se allegará en la medida de lo posible, de mayores elementos sobre lo indicado en el punto anterior, de forma que le permitan evaluar de forma definitiva la causalidad entre los efectos de los precios de las importaciones investigadas y los precios de venta de la industria nacional.

### **C. Efectos sobre la producción nacional**

**876.** De conformidad con lo previsto en los artículos 3.4 y 3.7 del Acuerdo Antidumping, 41 y 42 de la LCE; 64 y 68 del RLCE, la Secretaría examinó los efectos reales o potenciales de las importaciones objeto de dumping sobre la rama de producción nacional de recubrimientos cerámicos, considerando los factores e índices económicos pertinentes que influyeron en la situación de la industria del producto nacional.

#### **a. Efectos en los factores económicos**

**877.** Las solicitantes argumentaron que en el periodo investigado la producción y las ventas internas registraron un débil crecimiento en comparación con el periodo de enero a junio de 2000, en contraste con el crecimiento acelerado observado en años previos. El bajo crecimiento de las ventas internas combinado con el crecimiento de las importaciones españolas resultaron en una pérdida de participación de la producción nacional en el CNA. Mientras que de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000 la contribución de las ventas internas en el incremento del CNA fue de 82 por ciento, de enero a junio de 2000 al periodo investigado su contribución disminuyó al 52 por ciento.

**878.** En esta etapa de la investigación las empresas importadoras y exportadoras, con el fin de desvirtuar el daño alegado a la industria nacional, argumentaron lo siguiente:

- A.** En el 2001 con respecto al año anterior los datos de la Encuesta Industrial Mensual del INEGI reflejan un incremento en el valor de las ventas nacionales de azulejos o losetas, así como en el valor y volumen de la producción nacional, lo cual contrasta con la información proporcionada por las solicitantes de que la producción nacional creció sólo 3 por ciento en el periodo investigado.
- B.** Los indicadores reportados por el INEGI indican que el comportamiento de la producción nacional de recubrimientos cerámicos fue más favorable si se compara con el comportamiento del sector manufacturero y en general con la economía nacional.
- C.** En ese sentido, las importadoras indicaron que el comportamiento adverso de los indicadores del sector de la construcción impactó en forma importante a la producción nacional, dado que una buena parte de sus clientes son empresas constructoras. Sin embargo, manifestaron que el hecho de que una parte de las compras del sector de la construcción haya sido destinada para remodelación impidió que la tendencia adversa de los indicadores de dicho sector no se tradujese en una caída de la producción nacional de losetas, sino en una moderación de su tasa de crecimiento.
- D.** El desempeño de los productores nacionales fue adecuado de acuerdo al entorno económico prevaleciente; de hecho, las empresas solicitantes observaron un crecimiento altamente diferenciado en donde las empresas mayores crecen en forma significativa, tal como lo indican los indicadores de producción de las solicitantes del primer semestre de 1998 al periodo investigado.
- E.** A pesar de las tendencias de crecimiento de las importaciones objeto de dumping señaladas por las solicitantes, la producción nacional no se ha visto afectada en su posición dominante en el mercado, puesto que en el periodo investigado conservó más de 90 por ciento del mismo.
- F.** Las ventas internas como proporción del CNA aumentaron su participación en el periodo de enero a junio de 2000 y de 2001 en razón de la disminución de las exportaciones.

**879.** En su réplica, las solicitantes argumentaron que las afirmaciones de las importadoras y exportadoras deben desestimarse por lo siguiente: incluyen información fuera del periodo analizado; calculan porcentajes acumulados del primer semestre de 1998 al periodo investigado; sus conclusiones sobre el comportamiento de la industria nacional del producto similar no son exactas puesto que son resultado de una muestra; el comportamiento del sector manufacturero no desvirtúa los efectos negativos de las importaciones españolas sobre la producción nacional; aun cuando la producción nacional mantenga una participación mayoritaria en el mercado mexicano no se invalida el hecho de que las importaciones han aumentado su participación en el mercado desplazando a la producción nacional, lo que se confirma con el comportamiento de las importaciones en el primer semestre de 2002.

**880.** Para efectos del análisis sobre la producción nacional, la Secretaría consideró el desempeño de los indicadores económicos de la industria nacional, obtenidos conforme se indica en el apartado de análisis de mercado nacional de esta Resolución. Con base en lo anterior, la Secretaría observó que el mercado mexicano de recubrimientos cerámicos, medido a través del CNA en los términos señalados en el punto 825 de esta Resolución, registró un comportamiento positivo durante el periodo analizado: de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000 aumentó 15 por ciento, para luego aumentar 6 por ciento en el periodo investigado.

**881.** El incremento observado por el consumo nacional entre enero a junio de 1999 y el periodo investigado fue aprovechado por las importaciones de recubrimientos cerámicos del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios, las cuales pasaron de una participación de 3 al 5 por ciento; por su parte, las procedentes de orígenes distintos del país investigado mantuvieron en 1 por ciento su participación en el mercado nacional y las del Reino de España que no se realizaron a precios dumping pasaron de menos de 1 por ciento a 1 por ciento.

**882.** Por otra parte, la Secretaría observó que en términos absolutos la producción nacional registró un incremento de 12 por ciento del periodo de enero a junio de 1999 al periodo de enero a junio de 2000 y 3 por ciento en el periodo investigado. Por lo que se refiere a las ventas al mercado interno de la industria nacional, la Secretaría observó que se incrementaron 11 por ciento en enero a junio de 2000 con respecto al nivel alcanzado en enero a junio de 1999, para volver a aumentar 4 por ciento en el periodo investigado.

**883.** En cuanto a la producción nacional orientada al mercado interno, este indicador creció 13 por ciento de enero a junio de 1999 a enero a junio de 2000, y 5 por ciento en el periodo de enero a junio de 2001 al mismo lapso del año anterior. No obstante dicho comportamiento, este indicador disminuyó su participación en el mercado mexicano en 3 puntos porcentuales de enero a junio de 1999 al periodo investigado, al pasar de 96 al 93 por ciento.

**884.** Al respecto, las importadoras señalaron que las ventas a clientes principales de las solicitantes se incrementaron y no disminuyeron, por lo que no sustituyeron sus compras por importaciones. La Secretaría, tal como se indica en el punto 829 de esta Resolución, se percató que en el periodo investigado 4 de los principales clientes de las solicitantes aumentaron sus importaciones del Reino de España al tiempo que disminuyeron sus compras a la industria nacional, lo cual apoya el argumento de que ocurrió una sustitución de producto nacional por importado.

**885.** Por otra parte, las solicitantes argumentaron que debido al incremento de las importaciones investigadas la utilización de la capacidad instalada disminuyó en el periodo investigado a niveles mínimos históricos, luego de que en el periodo de enero a junio de 2000 registró un incremento debido al crecimiento del consumo.

**886.** Al respecto, las importadoras indicaron que conforme a la información de los productores nacionales, la utilización de la capacidad instalada muestra un efecto cíclico de dos años: en 1999 y 2001 la utilización de la capacidad fue menor a la observada en 1998 y 2000, dicho comportamiento fue consecuencia del desempeño de la demanda de la industria de la construcción. En ese mismo sentido, las exportadoras argumentaron que la disminución de la demanda de la industria de construcción y del incremento de la capacidad instalada que se registró en el periodo investigado, originaron la disminución de la utilización de la capacidad instalada.

**887.** Al respecto, si bien la menor utilización de la capacidad instalada pudo haber sido explicada en parte por el desempeño de la demanda en la industria de la construcción, dado que en el primer semestre de 2000 y 2001 tanto la demanda en esta industria como la utilización de la capacidad instalada mostraron el mismo comportamiento, la Secretaría observó que la disminución de la utilización de la capacidad instalada estuvo también asociada con aumentos en la capacidad instalada y el desempeño de la producción nacional.

**888.** A partir de la información sobre capacidad instalada y producción de la industria nacional, la Secretaría observó que en el periodo de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000, la capacidad aumentó 4 por ciento y la producción en 12 por ciento; por su parte, en el periodo investigado con respecto al anterior comparable mientras que la capacidad instalada creció 9 por ciento la producción lo hizo sólo en 3 por ciento.

**889.** Por otra parte, las solicitantes indicaron que debido al incremento de las importaciones desleales en el periodo investigado con respecto al mismo periodo de 2000 sus inventarios se incrementaron y el nivel

de empleo disminuyó, luego de que este último indicador registró una tendencia de crecimiento estable de 1998 al 2000.

**890.** Al respecto, las importadoras argumentaron que el incremento de los inventarios de la industria nacional en el periodo investigado fue resultado de una baja demanda de materiales en la industria de la construcción. En cuanto al nivel del empleo, argumentaron que si bien este indicador disminuyó en el periodo investigado, de 1998 a 2000 se incrementó, por lo cual era de esperarse un reajuste en el 2001, lo que es un comportamiento normal de cualquier industria en conjunción con la apertura de plantas más automatizadas, así como de incrementos de productividad de la industria nacional, puesto que las ventas observaron un incremento en el periodo investigado mientras que el empleo disminuyó.

**891.** Por su parte, la Secretaría observó que los inventarios promedio de la industria nacional aumentaron 6 por ciento en el primer semestre de 2000 con respecto al mismo semestre de 1999, para luego aumentar 4 por ciento en el periodo investigado. Sin embargo, la Secretaría se percató de una significativa relación entre el incremento de los inventarios promedio con la disminución de las exportaciones.

**892.** Al respecto, se observó que las exportaciones de la industria nacional aumentaron 6 por ciento del primer semestre de 1999 al mismo periodo de 2000, para luego caer 8 por ciento, al pasar en términos absolutos de 14,324 a 13,234 miles de metros cuadrados, es decir una disminución de 1,090 miles de metros cuadrados, cantidad mayor en sólo 369 mil metros cuadrados al monto absoluto en que se incrementaron los inventarios y 2.4 veces mayor que el monto en que se incrementaron las importaciones del Reino de España realizadas con dumping del periodo de enero a junio de 2000 al periodo investigado.

**893.** Por otra parte, para esta etapa de la investigación la Secretaría no contó con datos de empleo y salarios de la producción nacional total, por lo que para efectos de evaluar el comportamiento de estos indicadores, así como de la productividad, consideró la información de las empresas solicitantes puesto que son representativas de la industria nacional al participar con el 67 por ciento de la producción nacional.

**894.** Con relación al empleo, se observó que este indicador aumentó 7 por ciento del primer semestre de 1999 al primer semestre de 2000, para luego disminuir 4 por ciento en el periodo investigado. Por lo que se refiere al comportamiento de la productividad, medida como el cociente de producción y empleo, aumentó 7 por ciento del primer semestre de 1999 al primer semestre de 2000, para volver a aumentar en 9 por ciento en el primer semestre de 2001; asimismo, ninguna de las solicitantes consideradas de manera individual registraron una disminución de su productividad.

**895.** Por lo que se refiere a los salarios pagados por las solicitantes, éstos registraron un comportamiento positivo a lo largo del periodo analizado: del primer semestre de 1999 al mismo periodo de 2000 aumentaron 30 por ciento y 10 por ciento en el periodo investigado.

**896.** A partir de lo señalado sobre el comportamiento del empleo, producción y salarios, la Secretaría consideró que la disminución del empleo registrado por las solicitantes, estuvo más asociada con incrementos en la productividad que en el desempeño de la producción de las solicitantes (que aumentó 5 por ciento en el periodo investigado en relación con el anterior comparable). En la siguiente etapa de la investigación, la Secretaría, en la medida de lo posible se allegará de mayores elementos al respecto.

**897.177.** En cuanto a los efectos del comportamiento del sector de la construcción sobre la producción nacional de recubrimientos cerámicos, la Secretaría advirtió a partir de información de INEGI, que en términos reales el valor de la producción de las principales empresas constructoras para edificación disminuyó en 15 por ciento en el periodo investigado, el PIB del sector construcción disminuyó 6.89 por ciento, en tanto que el PIB general registró un incremento de 0.12 por ciento.

**898.178.** Sin embargo, a partir de información de la producción nacional que obra en el expediente administrativo de la investigación, observó que la producción nacional total de recubrimientos cerámicos se incrementó 3 por ciento y la producción de las cuatro empresas analizadas 2 por ciento, el volumen de ventas internas totales de la rama de producción nacional creció 4 por ciento y las ventas internas de las empresas analizadas se incrementaron 3 por ciento.

**899.** Cabe señalar que el comportamiento contrario de los indicadores del sector de la construcción con respecto al desempeño de la producción y ventas internas de la rama de producción nacional de recubrimientos cerámicos, no indica que las ventas dirigidas al sector de la construcción necesariamente hayan disminuido. En este sentido, es importante considerar que el cálculo del PIB del sector construcción toma en cuenta una cesta de bienes mucho más amplia que las losetas investigadas, por ejemplo, para la edificación se consume cemento, varilla, arena, vidrio, madera, lámina, tubería, entre otros productos.

**900.** Asimismo, dentro de los datos del PIB del sector construcción se contemplan además, la construcción de carreteras, calles, puentes, parques, centros deportivos entre otros espacios públicos que

requieren algún tipo de construcción para su funcionamiento. Por lo que, el hecho de que el PIB del sector construcción haya disminuido no significa necesariamente que las ventas de recubrimientos cerámicos en el mercado interno debieran haber disminuido. Por esta razón, la Secretaría determinó preliminarmente que en la siguiente etapa de la investigación se allegará de mayores elementos de análisis que permitan resolver al respecto.

**901.** Por otra parte, Lamosa indicó que como resultado de la caída de la demanda de sus recubrimientos cerámicos y por consiguiente el importante incremento en sus inventarios a junio de 2001, se vio obligada al cierre temporal de sus plantas; en el caso del cierre de la planta de Monterrey, se dio además la inversión en una nueva planta que la sustituirá. Por su parte, Porcelanite señaló que la caída de sus ventas en el segundo semestre de 2001 e incrementos de inventarios a noviembre de dicho año, la obligaron al cierre temporal de su planta de Tlaxcala.

**902.** Las empresas importadoras manifestaron que la Secretaría no debe de tomar en cuenta el cierre temporal de las plantas de Lamosa y Porcelanite debido a que tuvieron lugar fuera del periodo investigado; además de que en el caso de Lamosa, se dio en conjunción con la inversión en una nueva planta para ampliar su capacidad de producción y participación en el mercado.

**903.179.** La Secretaría consideró que aun cuando tales hechos ocurrieron fuera del periodo investigado, en su caso, no es claro que puedan ser atribuidos al incremento de las importaciones investigadas, principalmente debido al comportamiento favorable de las ventas internas de la industria nacional en el periodo investigado, en contraste con el desempeño de las exportaciones totales.

#### **b. Efectos en las variables financieras**

**904.** En la solicitud de inicio, las empresas solicitantes señalaron que el deterioro en el margen bruto (utilidad bruta/ventas netas) de las mismas se debió principalmente a la disminución de los precios reales, a consecuencia de las importaciones en condiciones de discriminación de precios de origen español. Por otra parte, agregaron que la acumulación de inventarios ha tenido impacto en los resultados financieros.

**905.** En la resolución de inicio, la Secretaría analizó la situación financiera de la industria productora nacional de recubrimientos cerámicos, integrada para efectos del análisis financiero por las empresas Porcel y/o Porcelanite, Vitromex y Lamosa. En particular, se observó que indicadores financieros tales como la utilidad operativa, el margen operativo y el rendimiento sobre la inversión, sufrieron una afectación por las importaciones investigadas.

**906.** Al respecto, las empresas exportadoras comparecientes en esta etapa de la investigación señalaron que la información financiera de las empresas solicitantes no evidencian el daño o amenaza de daño a la industria nacional, puesto que el deterioro que muestran las variables financieras, indicado en los puntos 108 a 117 de la resolución de inicio fue insignificante, especialmente a la luz de un entorno difícil representado por la industria de la construcción.

**907.** En apoyo a lo anterior, los importadores señalaron que dado el difícil entorno en el que se ubica el periodo investigado, las empresas solicitantes gozan de márgenes operativos adecuados y que la industria experimenta un aumento sostenido en sus costos a pesar de la disminución de los ingresos, lo que se traduce en un deterioro del margen de operación por el incremento de aquellos. Agregaron que la información financiera contenida en el expediente administrativo pone de manifiesto que las empresas solicitantes tienen adecuados márgenes de utilidad. Para sustentar sus afirmaciones, proporcionaron un análisis de las empresas solicitantes, así como de los grupos empresariales a los que éstas pertenecen, e incluso una comparación con los resultados operativos de dos importantes empresas de la industria de la construcción.

**908.** Respecto de lo indicado en el punto anterior, las empresas solicitantes manifestaron que no tiene sentido la referencia que hacen los importadores en cuanto a que la caída de ventas en el periodo de 1999 a 2001 de dos empresas líderes en el sector de la construcción contrasta con el desempeño financiero de las solicitantes, toda vez que los importadores eligieron como ejemplo a dos empresas que nada tienen que ver con el negocio de los recubrimientos cerámicos. Asimismo, con relación a los señalamientos de los importadores en el sentido de que han operado con mejores márgenes que los grupos industriales a los que pertenecen, indicaron que se debe señalar que no pueden derivarse conclusiones de tal confrontación porque cada grupo tiene líneas de negocio que no son comparables.

**909.** Al respecto, la autoridad investigadora evaluó el análisis financiero realizado por los importadores y valoró los argumentos vertidos por las solicitantes sobre dicho análisis, a partir de lo cual consideró lo siguiente:

- A. Las cifras con las que se realizó el análisis no están actualizadas de acuerdo con lo que prescribe el Boletín B-10 de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, por lo que las comparaciones realizadas son inadecuadas.
- B. La comparación del comportamiento de las utilidades de los grupos industriales a los que pertenecen las solicitantes no es relevante, toda vez que dichos grupos están dedicados a segmentos de negocios muy diversos, por lo que no es adecuado pretender “empatar” los comportamientos de las utilidades o la rentabilidad del grupo con respecto al de las empresas solicitantes, y mucho menos con el comportamiento de las utilidades del producto investigado.
- C. La comparación de los resultados financieros con las dos empresas constructoras tampoco es adecuada, en virtud de que dichas empresas tienen características específicas que no permiten extrapolar los resultados de éstas a los de las solicitantes.

**910.** Con base en lo señalado en el punto anterior, la Secretaría determinó preliminarmente que el análisis financiero que presentaron las empresas importadoras es inadecuado para llegar a conclusiones con respecto al producto investigado.

**911.** Por otra parte, para esta etapa de la investigación, la Secretaría analizó la situación financiera de la industria productora nacional de recubrimientos cerámicos, integrada para efectos del presente análisis, por la empresas solicitantes Porcelanite; Vitromex y Lamosa, y el productor nacional no solicitante Dal Tile, las cuales concentraron el 80 por ciento de la producción nacional del producto similar en el periodo investigado.

**912.** Para ello, la Secretaría actualizó la información financiera correspondiente a los estados financieros auditados de cada una de dichas empresas correspondientes a los años de 1999 a 2001, mediante el método de cambios en el nivel general de precios de acuerdo con lo que prescribe el Boletín B-10 de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA), emitido por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Asimismo, actualizó el estado de costos, ventas y utilidades del producto similar de cada una de estas empresas.

**913.** Posteriormente, la Secretaría procedió a agregar los estados financieros de las productoras nacionales de recubrimientos cerámicos. De la misma forma, a fin de contar con información de los resultados operativos de la rama de producción nacional, la Secretaría agregó el estado de costos, ventas y utilidades del producto similar del periodo investigado y los dos previos comparables, de las empresas solicitantes y del productor nacional no solicitante Dal Tile.

**914.** Con base en lo anterior, la Secretaría observó que la participación porcentual de los ingresos por ventas del producto de recubrimientos cerámicos en los ingresos totales de la industria nacional fue de 82 por ciento, para 1999 y 2000. Por lo que determinó preliminarmente que el comportamiento de los ingresos obtenidos por las ventas del producto de recubrimientos cerámicos influyeron en forma significativa en la condición financiera y los resultados operativos de la industria nacional.

**915.** Adicionalmente, la Secretaría analizó los resultados de operación de la industria nacional (integrada por Lamosa, Porcelanite, Vitromex y Dal Tile) y del producto similar. En este sentido, en el año 2000 la utilidad de operación de la industria nacional se redujo 6 por ciento debido al incremento de 10 por ciento en el costo de venta, toda vez que los ingresos crecieron 3 por ciento, lo que no compensó el alza en los costos y se reflejó en la reducción de 2 puntos porcentuales en el margen de operación quedando 17 por ciento.

**916.** Asimismo, en el año 2001 los resultados de operación de la industria decrecieron 28 por ciento, como consecuencia de que el ingreso por ventas totales disminuyó 6 por ciento y los gastos de operación se incrementaron 20 por ciento. Por lo que el margen operativo de la industria cayó 4 puntos para ubicarse en 13 por ciento, toda vez que tanto los costos de venta como los gastos de operación incrementaron su participación en la estructura del costo.

**917.** Por otra parte, la Secretaría analizó el comportamiento del rendimiento sobre la inversión de la industria nacional en los años de 2000 y 2001. Al respecto, se observó que en 2001 este indicador se contrajo 1 punto porcentual al ubicarse en 12 por ciento, como reflejo de la baja en el margen operativo. En el 2001, el rendimiento de la inversión registró una baja de 2 puntos porcentuales, también como respuesta a la baja en el margen de operación de dicho año.

**918.** En el periodo de enero a junio de 2000, la utilidad de operación del producto similar creció 4 por ciento en relación con el mismo periodo del año anterior, en virtud de que los ingresos se incrementaron 8 por ciento, mientras que el costo de venta y los gastos de operación se incrementaron 8 y 14 por ciento, respectivamente, ocasionando que el margen de operación disminuyera 1 punto porcentual. Asimismo, se observó que en el periodo investigado, la utilidad operativa de los recubrimientos cerámicos de

fabricación nacional se redujo 11 por ciento con respecto al mismo periodo anterior, debido a que los ingresos por ventas cayeron 6 por ciento, mientras que el costo de venta se redujo 3 por ciento, lo cual se reflejó en el margen de operación que disminuyó 1 punto porcentual que le ubicó 18.5 por ciento en dicho periodo.

**919.** En virtud del análisis de los resultados del producto similar, la Secretaría advirtió que en el periodo investigado los ingresos por ventas totales de las cuatro empresas analizadas registraron un crecimiento en términos nominales con relación al mismo periodo del año anterior. En particular, se observó que el ingreso de las ventas internas creció en términos de dólares y pesos corrientes en 2.7 y 2.2 por ciento, respectivamente, y disminuyó 4 por ciento en pesos constantes; en tanto que el ingreso por ventas de exportación disminuyó 7 por ciento en dólares de los Estados Unidos de América, 7.8 por ciento en pesos corrientes y 13.5 por ciento en pesos constantes.

**920.** De esta forma, se deduce que la disminución de los ingresos totales del producto similar se atribuye principalmente a la baja en los ingresos por las ventas de exportación, misma que está directamente vinculada a la caída de 12.2 por ciento en el volumen de ventas exportado en el periodo investigado por las cuatro empresas. Asimismo, como se indica en el punto 892 de esta resolución, el volumen de ventas de exportación de la rama de producción nacional total disminuyó en 8 por ciento. La autoridad investigadora profundizará en la siguiente etapa sobre el efecto que pudo haber tenido la disminución de las exportaciones de las empresas analizadas en los resultados de operación del producto similar fabricado por éstas.

**921.** Por otra parte, las empresas importadoras señalaron que las solicitantes son empresas con saludables indicadores de endeudamiento y capacidad de pago, y que lejos de deteriorarse tuvieron un menor peso de sus compromisos de corto plazo, con una mejoría en su capacidad de pago y razonable equilibrio en su endeudamiento.

**922.** Al respecto, la Secretaría observó que en el año 2000, el flujo de caja de operación registró un incremento de 169 por ciento respecto a 1999, debido a los recursos de efectivo generados por el capital de trabajo. Sin embargo, para el año 2001 el flujo de caja de operación disminuyó 35 por ciento como resultado de que el efectivo derivado del capital de trabajo fue negativo con una baja de 105 por ciento; sin embargo, la Secretaría observó que aun cuando el flujo de operación se contrajo éste fue positivo en dicho año.

**923.** Por su parte, la razón de circulante de la industria demuestra que en 1999 pudo haber cubierto 86 centavos por cada peso de deuda circulante. Para el año 2000, dicho indicador se ubicó en 1 peso y en el 2001 disminuyó a 0.81 pesos, es decir, una disminución de 19 centavos en la liquidez.

**924.** La prueba de ácido demostró que en 1999 la industria pudo cubrir 57 centavos por peso de deuda circulante, en tanto que en el 2000 dicho indicador de liquidez registró un crecimiento de 9 centavos al ubicarse en 66 centavos, y en 2001 representó 40 centavos, es decir, una contracción en la liquidez de 26 centavos.

**925.** En 1999, la razón de endeudamiento se ubicó en 0.51, es decir, la industria financió su inversión total con un 51 por ciento mediante deudas, mientras que en los años 2000 y 2001, el financiamiento externo registró 61 y 62 por ciento. Con relación al apalancamiento financiero, se observó que en 1999 la industria nacional adeudaba 1.05 veces su inversión neta, en tanto que para el 2000 y 2001 este indicador creció 1.57 y 1.63 veces, es decir, 157 y 163 por ciento el capital contable, lo cual se considera como un nivel de apalancamiento financiero elevado, y no razonablemente adecuado como los importadores lo indicaron.

**926.** Asimismo, se observó que en 1999 la deuda a corto plazo representaba el 76 por ciento, para el año 2000 disminuyó a 55 por ciento y en el año 2001 se ubicó en 54 por ciento, hecho que la Secretaría considera favorable para una mejor desempeño de la industria en el futuro inmediato, toda vez que la deuda contratada a largo plazo se podría reflejar en inversiones de capital, tendientes a elevar el valor de la industria.

**927.** En este sentido, la Secretaría observó que si bien el nivel de la deuda se incrementó en los años 2000 y 2001, la industria realizó importantes inversiones en activos fijos y erogó montos considerables para pagar préstamos bancarios, es decir, se observa que el incremento de la deuda es utilizado en inversiones productivas y en una reconfiguración de la deuda, incluso de la porción de corto plazo.

**928.** A partir del análisis conjunto de las razones de liquidez y de endeudamiento, la Secretaría considera que si bien el pasivo de corto plazo disminuyó, es destacable que la razón circulante y la prueba ácida muestren niveles especialmente bajos en el 2001, que pudieran comprometer la solvencia de corto plazo

-la marcha normal de las operaciones- de la industria, por lo que en la siguiente etapa de la investigación profundizará en el análisis de solvencia de corto plazo, a fin de determinar las causas y probables efectos de esos bajos niveles en las razones de liquidez.

**929.** Respecto del proyecto de inversión señalado en el punto 136 de la resolución de inicio, la Secretaría requirió información a la empresa Lamosa con el fin de evaluar si la rentabilidad esperada de la inversión correspondiente pudiera estar o no amenazada por las importaciones en condiciones de dumping.

Al respecto, este productor nacional proporcionó información correspondiente al monto de la inversión, los objetivos del proyecto, los ingresos y costos, los flujos de caja que el proyecto genera, el valor presente neto, la tasa interna de retorno y diversa documentación tendiente a acreditar la existencia del proyecto, así como una breve explicación de los principales aspectos metodológicos que sustentan el modelo de valuación de la inversión, entre otros elementos.

**930.** Con base en lo descrito anteriormente, la Secretaría observó que el flujo de caja en el año cero fue determinado en forma incorrecta por parte de Lamosa, toda vez que los recursos provenientes de fondos bancarios fueron restados a la inversión total inicial, con lo que se obtuvo una cantidad de inversión inicial similar a la del capital de trabajo que el proyecto necesitaría, lo que es incorrecto porque se omite la inversión fija del flujo correspondiente a la inversión inicial total. La Secretaría presume que se trata de un error numérico por parte de la solicitante, por lo que en la siguiente etapa de la investigación se allegará de información correcta que permita evaluar dicho proyecto de inversión.

**931.** Con base en lo señalado en los puntos 904 al 930 de esta Resolución, la Secretaría concluyó que las utilidades y márgenes de operación de la industria nacional registraron una disminución en los años 2000 y 2001 debido fundamentalmente al crecimiento en el costo de venta. La capacidad de reunir capital de la industria se deterioró al crecer el nivel de endeudamiento, en tanto que las razones de liquidez mostraron una baja considerable y el flujo de caja disminuyó en 2001. Asimismo, las utilidades operativas del producto similar de fabricación nacional mostraron una contracción en el periodo investigado, debido a menores ingresos por ventas y mayores costos de venta incurridos en el primer semestre de 2000 y 2001, lo cual impactó en forma negativa al margen operativo de la rama de producción nacional.

#### **c. Efectos potenciales sobre los indicadores económicos y financieros**

**932.** En la solicitud de inicio las solicitantes manifestaron que la industria nacional enfrenta una amenaza de daño por efecto de las importaciones de recubrimientos cerámicos, originarias del Reino de España, puesto que la tendencia creciente de las importaciones investigadas de este país al mercado mexicano y la magnitud de capacidad libremente disponible pudiera destinarse al mercado nacional, al menos en parte, aprovechando para ello las ventajas arancelarias que le otorgan el Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Unión Europea.

**933.** Con respecto a la solicitud de investigación por daño o amenaza de daño, las empresas importadoras y exportadoras manifestaron que ambos conceptos son diferentes y excluyentes entre sí, ya que derivado de lo establecido en el artículo 39 de la LCE, no se debe iniciar por ambas figuras, por lo que la autoridad debe concluir el presente procedimiento.

**934.** Al respecto, la Secretaría considera que la autoridad investigadora no está limitada en sus facultades para valorar la información aportada por las partes interesadas; a su vez, las partes tampoco están restringidas para aportar elementos probatorios, ni obligadas a pronunciarse exclusivamente por una u otra de dichas figuras; la determinación final sobre la existencia de daño o bien de amenaza de daño corresponderá a la Secretaría tras la realización de una investigación en términos de lo establecido en los artículos 3 del Acuerdo Antidumping, 41 y 42 de la LCE, 64 y 68 del RLCE.

#### **d. Capacidad libremente disponible del exportador**

**935.** En cumplimiento con lo establecido en los artículos 3.7 del Acuerdo Antidumping, 42 de la LCE y 68 del RLCE, la Secretaría analizó si el Reino de España cuenta con suficiente capacidad libremente disponible o un aumento inminente y sustancial de la misma que indique la probabilidad de un aumento sustancial de las exportaciones objeto de dumping al mercado nacional, teniendo en cuenta la existencia de otros mercados que puedan absorber el posible aumento.

**936.** Los argumentos y cifras de la industria española presentados por las solicitantes para sustentar la capacidad libremente disponible del Reino de España y de que la misma pudiera dirigirse al mercado nacional se indicaron en los puntos 128 y 130 de la resolución de inicio.

**937.** En esta etapa de la investigación, la ASCER y las exportadoras argumentaron que la deducción de las solicitantes respecto a la capacidad libremente disponible del Reino de España no tiene sustento,

puesto que la industria española ha trabajado al 90 por ciento de la capacidad instalada histórica por varios años, porcentaje que corresponde a la producción anual efectiva máxima de cualquier industria de recubrimientos cerámicos, lo cual técnicamente no puede ser rebasado por ser el límite máximo de utilización en los hornos en este ramo. En consecuencia, las cifras de producción anual de la industria española desde 1998 hasta 2001, impiden alcanzar la cifra de 70 millones de metros cuadrados de capacidad de producción española al año que señalan las solicitantes.

**938.** Por su parte, las importadoras calificaron de infundada la argumentación de los solicitantes respecto a una amenaza de daño, puesto que la producción española prácticamente se mantuvo constante al tiempo que se registró un aumento en el consumo aparente en el Reino de España. Las ventas en el mercado español en 2001 respecto al año anterior aumentaron 4 por ciento y las ventas totales estimadas en 5 por ciento. Asimismo, agregaron que las exportaciones de las principales empresas productoras de ese país permanecieron constantes y el 70 por ciento de las exportaciones las realizan a Europa, Oriente Medio y África, y para un total de 186 países, por lo que dicho país no cuenta con una capacidad libremente disponible para considerar que sus exportaciones serán canalizadas en el corto plazo al mercado mexicano.

**939.** Adicionalmente, las importadoras argumentaron que los precios del mercado interno español y de exportación para 2001 tienen una diferencia de 21 por ciento a favor de los primeros, y aunque este indicador no corresponde únicamente a las exportaciones a los Estados Unidos Mexicanos, muestra el comportamiento global de los precios de exportación del Reino de España.

**940.** Al respecto, las solicitantes manifestaron que las exportadoras e importadoras presentaron información sobre capacidad instalada de 1998 a 2001 sin la metodología sobre sus cálculos y sin sustento fehaciente para que sea considerada como la real de la industria española de recubrimientos cerámicos, además de que el supuesto de que la utilización de la capacidad instalada se haya mantenido al 90 por ciento y constante por varios años únicamente significa que la industria española tiene una capacidad de respuesta inmediata para incrementar permanentemente su capacidad instalada.

**941.** Por ello, las solicitantes indicaron que los productores de ese país pueden incrementar su producción y exportaciones hacia los Estados Unidos Mexicanos en cualquier momento y a un ritmo acelerado, como lo demuestra el hecho de que en 2001 sus exportaciones aumentaron 30 por ciento debido a que sus ventas internas únicamente crecieron 6.7 por ciento; es decir, ante un crecimiento limitado de sus ventas se vieron obligadas a incrementar sus exportaciones.

**942.** Por su parte, a partir de la información reportada por el informe de la ASCER, con datos hasta 2001, la Secretaría analizó la capacidad libremente disponible de la industria del Reino de España y la importancia que representaría para el mercado mexicano, en los siguientes términos:

- A.** Del primer semestre de 1999 al mismo periodo de 2000 la producción española de recubrimientos cerámicos y la capacidad instalada se incrementaron 4 por ciento; para el primer semestre de 2001 el incremento para ambos indicadores fue de 5 por ciento.
- B.** Con los indicadores anteriores se obtuvo una capacidad libremente disponible de la industria española (capacidad instalada menos producción) que aumenta 4 por ciento del primer semestre de 1999 al mismo periodo de 2000 y 5 por ciento para el primer semestre de 2001 que, en términos absolutos, equivale al 53 por ciento de la producción nacional o al 61 por ciento del mercado mexicano de recubrimientos cerámicos.
- C.** En cuanto a las exportaciones españolas del producto objeto de la investigación, en términos de ventas en millones de pesetas, éstas registraron un incremento de 19 por ciento entre 2000 y 2001. En el 2001, el 46 por ciento de las ventas de exportación del Reino de España tuvieron como destino a los Estados Unidos de América, la República Francesa, la República Portuguesa, el Reino Unido de la Gran Bretaña, la República Federal de Alemania y el Reino de Arabia Saudita. Por su parte, los Estados Unidos Mexicanos se ubicó como el décimo primer lugar como destino de las exportaciones españolas; no obstante, las exportaciones españolas a los Estados Unidos Mexicanos se incrementaron 39 por ciento en 2000 con respecto al año anterior, sólo debajo del incremento que registraron las exportaciones hacia el Reino de Arabia Saudita (40 por ciento).

**943.** Con base en lo descrito en los puntos 935 al 942 de esta Resolución, la Secretaría apreció que la industria española de recubrimientos cerámicos cuenta con suficiente capacidad libremente disponible en relación con la producción y el mercado mexicano. Este hecho, aunado a la tendencia creciente de las importaciones investigadas, la preferencia arancelaria para las exportaciones de la Unión Europea, de la cual el Reino de España es parte, y la creciente importancia del mercado mexicano para las exportaciones españolas, tomando en cuenta el incremento significativo de sus exportaciones al mercado nacional en 2000 con respecto a 1999, indica la probabilidad fundada de que se registre un incremento de las exportaciones españolas de estos productos al mercado mexicano en presuntas condiciones de dumping.

#### **e. Efectos potenciales**

**944.180.** A fin de estimar los efectos potenciales del incremento de las importaciones investigadas, con base en una proyección trimestral, las solicitantes obtuvieron el CNA para el primer semestre de 2002 a partir de un modelo de series de tiempo, donde el PIB es la variable predictora. Por otra parte, para calcular las ventas internas del primer semestre de 2002, al consumo nacional estimado le restaron las importaciones proyectadas originarias del Reino de España y de otros países correspondientes al primer semestre de 2001.

**945.181.** Las proyecciones de las solicitantes sobre el comportamiento de sus principales indicadores económicos y financieros se describen en los puntos 118 a 125 de la resolución de inicio. Asimismo, con base en dichas proyecciones, la Secretaría determinó de forma inicial que, tomando en cuenta el deterioro registrado por los principales indicadores económicos, tales como una pérdida de participación en el mercado, un incremento en los inventarios, una caída en el nivel de empleo, una baja en la utilización de la capacidad instalada, así como en las utilidades y rentabilidad, existen indicios que de continuar la tendencia creciente de las importaciones originarias del Reino de España se afectarían los factores que explican el comportamiento de la rama de producción nacional.

**946.** En esta etapa de la investigación, las importadoras objetaron la metodología utilizada por las solicitantes en sus proyecciones, puesto que en su estimación incluyen supuestos contradictorios e irreales: suponen la reducción del mercado con una tendencia de incremento en las importaciones y que las ventas nacionales se reducirán, sin tomar en cuenta la segmentación de mercados. Sin embargo, de acuerdo con los informes anuales de 2000 y 2001 de las solicitantes, los Estados Unidos Mexicanos tiene un potencial de crecimiento de mercado en ese sector debido a los planes gubernamentales de apoyo a la vivienda social; además de lo anterior, no demostraron que dicho modelo lograra el mejor ajuste estadístico.

**947.182.** Al respecto, las solicitantes manifestaron que el crecimiento dinámico o no del mercado mexicano de recubrimientos no es materia de controversia, sino la pérdida de mercado nacional ante las importaciones desleales. Por otra parte, argumentaron que la mejor prueba de que la metodología utilizada para las proyecciones fue razonable, es que las cifras reales del primer semestre de 2002 confirman las tendencias observadas en periodos previos: crecimiento de las importaciones por arriba de las ventas nacionales, lo que incide en la disminución de la participación del producto nacional en el consumo y en el menoscabo de rentabilidad de la industria nacional.

**948.** Por su parte, la Secretaría requirió a las solicitantes sobre la metodología, programa de cálculo de las proyecciones presentadas y una explicación detallada de cómo se estimó, además de importaciones, CNA y ventas internas, el comportamiento de otros indicadores económicos, así como de los beneficios, el rendimiento de la inversión y el flujo de caja.

**949.** En su respuesta, las solicitantes reiteraron la metodología utilizada para sus proyecciones de los indicadores económicos y financieros; asimismo, argumentaron que en tanto los errores no se alejen de los supuestos de normalidad los resultados son robustos al método de ajuste, por lo cual el de máxima verosimilitud es adecuado, aun cuando existan otros. Prueba de lo anterior, es que la proyección sobre importaciones es consistente con los datos reales registrados; de hecho, únicamente se dio una desviación de 4.35 por ciento.

**950.** De forma particular, Lamosa indicó que las ventas disminuirían en 1.42 por ciento en el primer semestre de 2002 en relación con el periodo investigado, lo que tendría el efecto de incrementar el inventario, y que el impacto en el flujo de efectivo se debe al menor volumen de venta esperado, en tanto que el margen de contribución y la utilidad de operación se verían afectados principalmente por la disminución del precio.

**951.** Por su parte, Vitromex señaló que el impacto de las importaciones originarias del Reino de España y el incremento de éstas en la participación del mercado nacional, sería la reducción de 1.5 por ciento en sus ventas internas, lo que además tendría un impacto en el incremento de los inventarios.

**952.** Porcelanite manifestó que sus proyecciones de ventas se hicieron a partir de los resultados del modelo estadístico utilizado para la determinación del CNA. En este sentido, señalaron que en el primer semestre de 2002 el volumen y valor de sus ventas disminuirían 1.82 y 1.85 por ciento, respectivamente, en relación el periodo investigado, sin que el nivel de precio se modificase. Asimismo, indicó que los inventarios se incrementarían 25 por ciento, el costo de fabricación crecería poco menos de 3 por ciento y los gastos de venta poco menos de 7 por ciento, en tanto que los gastos administrativos se restringirían en 5 por ciento, factores cuyo impacto acumulado sería que el margen operativo pasara de 26 por ciento a 23 por ciento.

**953.** Por su parte, la Secretaría consideró razonable la proyección de importaciones, tomando en cuenta el comportamiento de las mismas en el periodo investigado y el monto real registrado por el SIC-MEX durante el periodo de enero a junio de 2002. Asimismo, la autoridad investigadora analizó los

planteamientos de las empresas solicitantes tomando en cuenta factores como la estructura de costos, el nivel de precios y volumen de ventas y el impacto del volumen de los inventarios en el costo de ventas de cada una de las empresas.

954. En este sentido, la Secretaría consideró razonables los planteamientos de las solicitantes para la estimación de los resultados financieros proyectados para el primer semestre de 2002, toda vez que son consistentes con la estructura de costos de cada una de las solicitantes, tanto por los gastos de operación como por los costos de fabricación y costos de venta, es decir, incluyendo el efecto de los inventarios en el costo.

955. De acuerdo con ello, la Secretaría consideró para la proyección de los resultados de las empresas solicitantes Lamosa y Vitromex, mantener idénticos los ingresos por ventas de exportación, los gastos de operación y el precio de venta al mercado interno, y hacer variar el volumen de ventas internas y los inventarios en volumen y valor. Cabe señalar que para Lamosa se consideró la variación de inventarios que la propia empresa indicó en su escrito de respuesta, mientras que para Vitromex -en ausencia de indicación expresa- se utilizó como incremento de inventario en volumen la caída pronosticada de las ventas internas. En cuanto a Porcelanite, la autoridad investigadora varió los gastos de administración y ventas en las proporciones señaladas por dicha empresa, e hizo variar el costo de venta en función del incremento en el volumen del inventario; asimismo, la Secretaría determinó no incluir un supuesto incremento del costo de fabricación, toda vez que no es del todo claro en qué magnitud crecería dicho costo cuando se reduce la producción de esta empresa, máxime que la variación en el volumen de ventas internas es menor a 2 por ciento.

956. En este orden de ideas, la Secretaría estimó los estados de resultados proyectados para cada una de las empresas solicitantes, a partir de lo cual decidió agregarlos para obtener un estado de resultados proyectado a nivel de la industria, toda vez que, como se señaló previamente, dichas empresas representaron en el periodo investigado 80 por ciento de la producción nacional total del producto similar.

957. Al respecto, se observó que al comparar el estado de resultados proyectado para el primer semestre de 2002, y los resultados de operación del periodo investigado, las utilidades operativas de la industria se reducirían 9 por ciento, debido principalmente a la reducción de 1.6 por ciento en los ingresos por ventas totales, y en menor medida debido a que los costos de venta crecerían 0.2 por ciento y los gastos operativos 1 por ciento. Asimismo, se observó que el margen operativo pasaría de 21 por ciento en el periodo investigado a 19.5 por ciento en el primer semestre de 2002, es decir, una ligera reducción de 1 y medio puntos porcentuales.

958. En suma, la Secretaría consideró que el efecto potencial en los resultados de operación de la industria sería una baja en las utilidades de operación y en el margen operativo del producto similar, debido a una probable reducción de las ventas internas, si las importaciones investigadas se incrementaran en una proporción tal, que pudiera desplazar el volumen de ventas internas equivalente a una reducción de 1.7 por ciento para las empresas solicitantes.

#### **D. Otros factores de daño o amenaza de daño**

959.183. Con fundamento en los artículos 3.5 del Acuerdo Antidumping y 69 del RLCE, la Secretaría consideró el comportamiento de otros factores que pudieran influir en la producción nacional de recubrimientos cerámicos.

960.184. En la solicitud de inicio los promoventes indicaron que en el periodo analizado la demanda mostró una tendencia creciente, aunque a un ritmo menor que la registrada en el periodo investigado; el mercado nacional no mostró variaciones en la estructura de consumo y no se registraron prácticas monopólicas.

961.185. En esta etapa de la investigación, las empresas importadoras presentaron diversos argumentos para sustentar que el daño o la amenaza de daño pudiera ser resultado de otros factores, entre otros, señalaron los que se indican a continuación:

- A. La competencia interna entre los productores nacionales llevó a un crecimiento de la industria nacional que no correspondió al comportamiento de corto plazo del segmento del mercado que atendió.

- B.** El crecimiento de la producción nacional no se ajustó a las expectativas por lo que ocasionaron una sobreoferta; asimismo, el aumento de las solicitantes en la participación en el mercado nacional se explica por el aumento en la capacidad instalada. Lo anterior, generó una fuerte competencia de precios a la baja. De hecho, las solicitantes han desplazado al resto de productores en su participación en la producción nacional ofreciendo menores precios en comparación con el resto de productores. En ese sentido, los precios de otro productor no solicitante como Inter Ceramic son en general más altos, mientras que Dal Tile está orientada al mercado de exportación.
- C.** Los efectos de productos como el mármol, linóleo, vinyl y alfombras en el mercado nacional de recubrimientos cerámicos. Al respecto, proporcionaron estadísticas de importación de dichos productos para acreditar que se han incrementado a la par que disminuyen sus precios, desplazando al producto nacional.

**962.186.** Por lo que se refiere al impacto de los productos sustitutos en la producción nacional la Secretaría considera que, aun cuando el volumen de importación de tales productos muestre tasas de crecimiento positivo, ello no sólo afectaría, en su caso, al producto nacional sino también al investigado. Además de ello, de acuerdo con lo señalado en el apartado de similitud de producto, el análisis del efecto de los productos sustitutos no es procedente en virtud de que no son comercialmente intercambiables con el producto objeto de esta investigación.

**963.** Por otra parte, la Secretaría no apreció elementos que indicaran que en el periodo investigado tuvo lugar una competencia de precios entre los productores nacionales; para ello tomó en cuenta que, con base en la información de las solicitantes y de AMPREC, el precio interno de las solicitantes consideradas individualmente se incrementó en el periodo investigado con respecto al periodo similar anterior, con excepción de Porcelanite cuyo precio disminuyó ligeramente 1 por ciento. Asimismo, en el periodo analizado las solicitantes, en conjunto incrementaron sus precios internos en 9 por ciento.

**964.** Por su parte, los precios del productor nacional Inter Ceramic fueron más elevados con respecto al precio de las solicitantes, aunque también con una tendencia positiva. En cuanto a las otras productoras no solicitantes, Comercializadora de Productos Cerámicos, Santa Julia de Puebla, S.A. de C.V. y Dal Tile, en el periodo analizado registraron un nivel de precios inferior con respecto al observado por las solicitantes, con una tendencia positiva.

**965.187.** Por otra parte, las importadoras argumentaron que el desempeño financiero de las solicitantes se debe a factores como los movimientos del mercado cambiario y la desaceleración económica. Con relación a estos aspectos, al igual que la disminución de la utilización de capacidad instalada y sobreoferta del mercado nacional, la Secretaría remite para su análisis y determinaciones preliminares a los apartados correspondientes del análisis de daño y causalidad de la presente Resolución, independientemente de que en la siguiente etapa de la investigación se allegue de mayores elementos.

**966.** Por otra parte, las empresas exportadoras señalaron que Grupo Industrial Saltillo (al que pertenece Vitromex) tuvo gastos extraordinarios debido a cambios en sus plantas. Indicaron que el informe anual de dicho grupo señala "que los factores que más influyeron en la disminución de la utilidad neta fueron la disminución de la utilidad operativa y el cargo extraordinario no recurrente por el cierre de la Planta Cifunsa Uno y de la transferencia de parte de la producción de piso cerámico de las Plantas Gres II y III a Vitromex San José Iturbide...".

**967.** Al respecto, la autoridad investigadora considera preliminarmente que no es posible afirmar que los gastos extraordinarios con motivo de la transferencia de producción de una planta a otra tuvieron un impacto en los resultados operativos de la empresa o del grupo. De acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, un cargo no recurrente por un motivo como el expresado por las empresas importadoras, debe figurar en una sección del estado de resultados distinta a la de operaciones normales bajo el concepto de otros gastos o partidas extraordinarias, es decir, se le consideraría por separado precisamente por la no recurrencia de dicho cargo al costo total de una empresa. De hecho, en las notas 1 y 12 de los estados financieros auditados de Vitromex se hace patente esta situación, señalándose expresamente que esos conceptos (sobre la reorganización de la producción) no forman parte del curso normal de las operaciones de la compañía y, en consecuencia, no afectan los resultados operativos, razón por la cual, la Secretaría decidió desestimar este argumento de los exportadores.

**968.** Adicionalmente, los importadores y exportadores indicaron que durante el periodo investigado se registraron precios muy elevados para el gas natural, lo que a decir suyo, por fuerza presionó a la baja los resultados de las solicitantes, puesto que -continúan las exportadoras- el gas natural es un insumo fundamental en la producción de recubrimientos cerámicos. A decir de los importadores, ello es

consistente con lo manifestado en el informe anual de Grupo Carso (controladora de Porcelanite), donde se señala que "...los márgenes han decrecido por una disminución en términos reales de los precios por metro cuadrado debido a una sobreoferta en el mercado, así como al incremento en los costos de los energéticos observados a partir de la segunda mitad del año".

**969.** Para sustentar dichas afirmaciones, los importadores y exportadores proporcionaron copias de notas periódicas en las que se expresa que Grupo Industrial Saltillo informó que apagó tres hornos de su fábrica de recubrimientos cerámicos (Vitromex) debido al alto costo del gas natural.

**970.** Asimismo, los importadores indicaron que la baja en las ventas y los márgenes de la empresa Porcelanite en el periodo investigado, se explica a partir de la inversión destinada a la terminación de una planta en San José Iturbide, así como el inicio de la construcción de una fábrica de productos distintos al investigado.

**971.** Por su parte, las solicitantes manifestaron que se trata de conjeturas sin fundamento porque las inversiones productivas no reducen las ventas, además de que no se toma en cuenta que Porcelanite realiza inversiones año con año para ampliar su capacidad y modernizar instalaciones.

**972.** La Secretaría requirió a las empresas solicitantes para que proporcionaran una explicación de los efectos que tuvieron algunos hechos sobre los indicadores de rentabilidad del producto similar; en particular, una explicación del impacto del comportamiento de los precios del gas y la supuesta sobreoferta en el mercado nacional sobre la rentabilidad del producto similar. Asimismo, a Porcelanite se le pidió, además de lo anterior, una explicación del impacto de la construcción de la planta terminada en el 2001 sobre la rentabilidad del producto similar.

**973.** Sobre esto último, Porcelanite indicó que la construcción de la planta no generó ningún efecto en el resultado de operación de la empresa, toda vez que en el periodo investigado se encontraba en etapa de construcción, y fue hasta el tercer trimestre de 2001 que se puso en operación.

**974.** En su respuesta, Lamosa indicó que los precios del gas natural en el segundo semestre de 2001 no tuvieron un impacto en el resultado de negocio ya que éstos no sufrieron un incremento en dicho semestre; por su lado, Vitromex señaló que debido a las altas fluctuaciones en el precio del gas, se acogió a un programa de cobertura ofrecido por Pemex que mantuvo el precio constante para una importante proporción de su producción. Agregó que sin bien la rentabilidad de la empresa no fue afectada en el segundo semestre de 2001, respecto de la observada en el primer semestre, es importante destacar que el costo del gas en años anteriores había estado muy por debajo del precio de cobertura establecido por Pemex.

**975.** Por su parte, Porcelanite manifestó que en el mes de febrero celebró un convenio con Pemex en virtud del cual el precio de gas natural quedó fijo para el periodo comprendido del 1 de enero de 2001 al 31 de diciembre de 2003, lo que dio certidumbre sobre los costos, ante un escenario de alta volatilidad; sin embargo, a partir del mes de junio de 2001 el precio de mercado se ha ubicado por debajo del precio fijado por Pemex, lo que ha impactado los costos sin que la empresa haya podido repercutirlo en los precios debido a las importaciones en condiciones de discriminación de precios.

**976.** Por otra parte, Lamosa y Vitromex manifestaron que no existió sobreoferta en el mercado nacional, puesto que lo que ocurrió fue que el mercado mexicano creció menos de lo esperado y dicho crecimiento fue aprovechado en gran parte por las importaciones originarias del Reino de España. El efecto de lo anterior, a decir de dichas empresas, se reflejó de la forma siguiente: Lamosa indicó que sus indicadores económicos se deterioraron; a su vez, Vitromex argumentó que los productores nacionales se vieron obligados a disminuir sus precios para hacer frente a las condiciones de competencia impuestas por las importaciones procedentes del país investigado, lo que afectó la rentabilidad de la industria nacional. Por su parte, Porcelanite señaló que debido al crecimiento que registraron las importaciones españolas y al hecho de que el mercado mexicano no creciera como en años anteriores se generó una sobreoferta que la obligó al cierre temporal de una de sus plantas y, por consiguiente, la disminución de su producción, entre otros indicadores.

**977.** La Secretaría analizó a partir de la información de los estados de costos, ventas y utilidades del producto similar de cada una de las empresas solicitantes el comportamiento del costo de fabricación del producto similar, a fin de observar el posible impacto de costo del gas natural en el periodo investigado, y si éste fue de tal magnitud que afectara la rentabilidad del producto similar en dicho periodo.

**978.** En este sentido, observó que el costo de fabricación del producto similar fabricado por Lamosa disminuyó 9 por ciento en el periodo investigado aun cuando la producción creció 7 por ciento. Dicha baja en el costo de fabricación se atribuye a que el costo de materia prima decreció 33 por ciento, sin embargo, los gastos indirectos de fabricación -rubro en el que normalmente se cargan los conceptos de costos derivados de energéticos- crecieron 6 por ciento y el costo de mano de obra se incrementó 60 por

ciento en el periodo investigado. El costo de fabricación de los recubrimientos cerámicos de Vitromex decreció 6 por ciento, debido a que el costo de materia prima disminuyó 11 por ciento aunque la producción creció 6 por ciento. Sin embargo, se observó que los gastos indirectos de fabricación crecieron 1 por ciento mientras que el costo de la mano de obra creció 9 por ciento. Para Porcelanite el costo de fabricación de recubrimientos cerámicos creció 1 por ciento en el periodo investigado, el costo de materia prima se incrementó 3 por ciento y el costo de mano de obra 5 por ciento, en tanto que los gastos indirectos de fabricación disminuyeron 2 por ciento.

**979.** Como se desprende de lo señalado en el punto anterior, los costos de fabricación del producto similar de Lamosa y Vitromex disminuyeron en el periodo investigado, mientras que el incremento en los gastos indirectos de fabricación -y por ende los costos del gas natural- no fue de tal magnitud que hiciese crecer al costo de fabricación de dichas empresas; para Porcelanite los gastos indirectos de fabricación disminuyeron, por lo que el costo del gas natural tampoco tuvo como efecto incrementar el costo de fabricación.

**980.** Por otra parte, la Secretaría no apreció elementos que indicaran que otros factores, como la tecnología, cambios en la estructura de consumo y productividad, pudieran haber explicado el desempeño de la producción nacional. Sin embargo, la Secretaría consideró necesario evaluar con mayor detalle tales factores a partir de la información que al respecto pudieran aportar en la próxima etapa de la investigación las partes que comparezcan.

#### **E. Elementos adicionales**

**981.188.** En esta etapa de la investigación las importadoras indicaron que la industria nacional tiene una situación de privilegio debido a la existencia barreras arancelarias y no arancelarias tales como el precio estimado, el arancel vigente, el proyecto de norma mexicana y prácticas monopólicas. De manera específica señalaron que las solicitantes incurrieron en denegación de trato, concertación de precios, exclusividad, reparto de zonas geográficas y depredación de precios. En este sentido dos empresas que distribuyen tanto producto importado como nacional señalaron haber sido sujetas de tales prácticas anticompetitivas.

**982.189.** Por su parte las exportadoras y Roig Cerámica señalaron que la desgravación arancelaria del tratado de libre comercio con la Unión Europea no puede constituir un elemento de daño o amenaza de daño. Asimismo, indicaron que en el periodo investigado la caída en el sector de la construcción (en lo cual también coincidieron las empresas importadoras), la recesión en los Estados Unidos de América, que generó la caída de las exportaciones, así como el bajo gasto público, repercutieron en la rentabilidad de la industria nacional.

**983.190.** Al respecto, las solicitantes señalaron que los precios estimados fueron establecidos por la autoridad aduanera para evitar la subvaloración y no una barrera que impida la competencia. Por lo que se refiere al argumento del arancel no encontraron relación con la presente investigación y sobre el proyecto de norma mexicana señalaron que ésta es voluntaria. Por otra parte manifestaron no haber incurrido en prácticas anticompetitivas.

**984.191.** Con relación a las supuestas prácticas anticompetitivas en que incurren las productoras nacionales, aun cuando fue requerido por la Secretaría, las empresas importadoras que hicieron señalamientos específicos no presentaron medios probatorios para acreditar la veracidad de sus aseveraciones. Por lo que se refiere al precio estimado al que están sujetas las importaciones objeto de esta investigación, la desgravación arancelaria y el proyecto de norma mexicana, la Secretaría consideró que ese tipo de medidas obedece a otro tipo de criterios no previstos o que no son materia de esta investigación.

**985.192.** En cuanto a la recesión en los Estados Unidos de América, que contribuyó a la caída de las exportaciones, tal como se indica en el punto 920 de esta Resolución, la Secretaría determinó que en la siguiente etapa de la investigación profundizará en el efecto que pudo haber tenido la disminución de las exportaciones de las empresas analizadas en los resultados de operación del producto similar fabricado por éstas.

#### **Conclusiones**

**986.** A partir de la información disponible en esta etapa de la investigación, y del análisis preliminar tanto de dumping como de daño y la relación causal, la Secretaría determinó continuar la investigación sin la imposición de cuotas compensatorias, tomando en cuenta que si bien los volúmenes y márgenes de dumping encontrados preliminarmente son más que insignificantes o de mínimos, en términos de lo establecido en el artículo 5.8 del Acuerdo Antidumping (68 por ciento de las importaciones totales del producto objeto de la investigación registraron márgenes de dumping entre 2.18 y 25.71 por ciento), es

necesario profundizar sobre diferentes aspectos de la investigación y allegarse de mayores elementos de juicio. En resumen, entre los hechos que se tienen hasta el momento figuran, sin limitar, los siguientes:

- A. Las importaciones del Reino de España realizadas en condiciones de dumping registraron un incremento tanto en términos absolutos como relativos: en el periodo de enero a junio de 1999 al mismo periodo de 2000 se incrementaron 69 por ciento, para posteriormente aumentar 22 por ciento en el periodo investigado; dicho comportamiento les permitió incrementar su participación en el mercado nacional de 3 por ciento en el periodo de enero a junio de 1999 al 5 por ciento en el periodo de enero a junio de 2001.
- B. El precio promedio de las importaciones del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios disminuyó 5 por ciento en el periodo de enero a junio de 2000 con respecto al mismo periodo del año anterior, para volver a caer 12 por ciento en el periodo investigado, ubicándose 55 por ciento por debajo del precio de las importaciones de los Estados Unidos de América y 38 por ciento en relación con el precio registrado por las procedentes de la República Italiana (después del Reino de España, principales concurrentes al mercado mexicano).
- C. En el periodo investigado, el 66 por ciento de las importaciones procedentes del Reino de España realizadas en condiciones de discriminación de precios se realizaron a precios por debajo de los nacionales (el precio promedio de esas importaciones puesto en bodega del importador se ubicó 11 por ciento por debajo del precio nacional puesto en planta).
- D. El comportamiento del precio promedio de venta al mercado interno de la industria nacional pudo estar asociado a los precios a que ingresaron las importaciones investigadas del Reino de España indicadas en el punto anterior.
- E. Sin embargo, la producción nacional, las ventas al mercado interno y la producción orientada al mercado interno registraron un comportamiento positivo en el periodo investigado con respecto al periodo anterior: aumentaron 3, 4 y 5 por ciento, respectivamente. Por otra parte, se apreció un incremento de 4 por ciento de los inventarios promedio, pero con una disminución de 8 por ciento en las exportaciones de la industria nacional.
- F. Asimismo, la disminución del empleo registrado por las solicitantes estuvo más asociada con incrementos en la productividad que en el desempeño de la producción de las solicitantes (que aumentó 5 por ciento). A su vez, la disminución de la utilización de la capacidad instalada estuvo también asociada con aumentos en ésta, más que por el desempeño de la producción nacional.
- G. Por otra parte, la evidencia indica que la industria española de recubrimientos cerámicos cuenta con suficiente capacidad libremente disponible en relación con la producción que pudiera dirigirse al mercado mexicano. Cabe señalar que a partir de las razones consideradas en el punto 943 de esta Resolución, la Secretaría profundizará en la siguiente etapa de la investigación sobre los efectos potenciales en los indicadores económicos de la industria nacional, teniendo en cuenta, además de las importaciones investigadas, otros factores que pudieran incidir en el desempeño de los mismos.

987. De conformidad con los resultados del análisis de discriminación de precios señalado en los puntos 251 a 719 de esta Resolución, del análisis de daño y causalidad descrito en los puntos 720 a 986 de esta Resolución y de los argumentos y pruebas presentados por las partes interesadas, con fundamento en el artículo 57 fracción II de la LCE, es procedente emitir la siguiente:

#### **RESOLUCION**

988. Continúa el procedimiento de investigación antidumping sin imponer cuotas compensatorias provisionales a 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.

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

990. La presentación de dichas argumentaciones y pruebas complementarias se realizará a más tardar el día 30 hábil contado a partir de la publicación de esta Resolución en el **Diario Oficial de la Federación**, de 9:00 a 14:00 horas, ante la oficialía de partes de la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales, sita en Insurgentes Sur número 1940, planta baja (área de ventanillas), colonia Florida,

código  
México, Distrito Federal, en original y tres copias.

postal

01030,

**991.** La información y documentos probatorios que tengan el carácter público y sean presentados ante esta autoridad administrativa, deberán remitirse a las demás partes interesadas, de tal forma que sea recibida por éstas el mismo día en que lo reciba la autoridad, de acuerdo con lo previsto en los artículos 56 de la Ley de Comercio Exterior y 140 de su Reglamento.

**992.** Comuníquese esta Resolución a la Administración General de Aduanas del Servicio de Administración Tributaria, de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para los efectos legales correspondientes.

**993.** Notifíquese a las partes interesadas de que se tenga conocimiento.

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

México, D.F., a 11 de marzo de 2003.- El Secretario de Economía, **Fernando de Jesús Canales Clariond**.- Rúbrica.