

Resolución por la que se acepta la solicitud de parte interesada y se declara el inicio de la investigación antidumping sobre las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, incluidas las de porcelana, originarias de la República Popular China, independientemente del país de procedencia. Esta mercancía ingresa por las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación.

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

RESOLUCION POR LA QUE SE ACEPTA LA SOLICITUD DE PARTE INTERESADA Y SE DECLARA EL INICIO DE LA INVESTIGACION ANTIDUMPING SOBRE LAS IMPORTACIONES DE VAJILLAS Y PIEZAS SUeltas DE VAJILLAS DE CERAMICA, INCLUIDAS LAS DE PORCELANA, ORIGINARIAS DE LA REPUBLICA POPULAR CHINA, INDEPENDIEMENTE DEL PAIS DE PROCEDENCIA. ESTA MERCANCIA INGRESA POR LAS FRACCIONES ARANCELARIAS 6911.10.01 Y 6912.00.01 DE LA TARIFA DE LA LEY DE LOS IMPUESTOS GENERALES DE IMPORTACION Y DE EXPORTACION.

Visto para resolver en la etapa inicial el expediente administrativo 06/12 radicado en la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales (UPCI) de la Secretaría de Economía (la "Secretaría"), se emite la presente Resolución de conformidad con los siguientes:

RESULTANDOS

A. Solicitud

1. El 6 de junio de 2012 Cinsa S.A. de C.V. ("Cinsa" o la "Solicitante") solicitó el inicio de la investigación administrativa por prácticas desleales de comercio internacional en su modalidad de discriminación de precios en contra de las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, incluidas las de porcelana, originarias de la República Popular China ("China"), independientemente del país de procedencia.

2. Señaló que desde 1992 existen en el mercado mexicano vajillas originarias de China en condiciones de discriminación de precios. Particularmente, de enero a diciembre de 2011, las importaciones de vajillas dañaron y amenazan con dañar aún más a la rama de la producción nacional, pues los precios de las importaciones a nivel fábrica son menores a su valor normal.

B. Solicitante

3. Cinsa es una empresa constituida conforme a las leyes mexicanas. Su actividad principal es la fabricación, producción, importación, exportación, compra, venta, distribución y comercialización de toda clase de productos, artefactos y artículos de metal laminado, pintados o esmaltados, de aluminio, de plástico y cualesquier otros productos similares, especialmente artículos de cocina de acero porcelanizado, así como las vajillas y piezas sueltas de cerámica. Señaló como domicilio para oír y recibir notificaciones el ubicado en Misantla 21, Col. Roma Sur, C.P. 06760, en México, Distrito Federal.

C. Producto investigado

1. Descripción general

4. De acuerdo con la información proporcionada por Cinsa, el nombre genérico del producto objeto de investigación es vajillas, sets o formaciones y piezas sueltas de cerámica (incluye las de porcelana) que se utilizan en el servicio de mesa, principalmente para contener alimentos y bebidas. De la información proporcionada por la Solicitante, la Secretaría observó que la porcelana se puede considerar un tipo de cerámica. El nombre comercial y/o técnico con el cual se reconoce al producto investigado es vajillas y piezas sueltas empleadas en el servicio de mesa destinadas principalmente a contener alimentos o bebidas. El término vajillas se aplica al conjunto de piezas, que pueden tener múltiples presentaciones basadas en una combinación de piezas básicas, tales como plato trinche, plato soper, plato pastel, taza, tarro, plato para taza y se pueden complementar con piezas como platones de servicio, ensaladera, salero, pimentero, cremera, lechera, jarra, azucarera, anillos y soper.

5. Cinsa señaló que el producto investigado suele ser de color blanco o crema, decorado de estampado, con baja resistencia al impacto, baja resistencia al astillamiento, alta absorción de agua y recubrimiento delgado de esmalte. Se comercializa individualmente o de manera integrada en vajillas. En ocasiones las vajillas se presentan como un juego de piezas que se clasifican por el número de servicios, por ejemplo, para 4, 6, 12, ó 24 personas. La Solicitante indicó que estas características no son iguales entre los diferentes productores del mundo debido a que cada productor tiene sus propios diseños.

6. Cinsa indicó como mercancía que no es objeto de investigación artículos que identificó como complementarios tales como ceniceros, floreros, botes, botellas, y artículos de tocador, entre otros. Sin embargo, algunas de estos productos sí los incluyó en sus bases de datos, además de que la información disponible indica que algunos de los productos listados por Cinsa pueden ser comercialmente intercambiables con el producto investigado, dado que se utilizan para el servicio de mesa e incluso sirven para contener alimentos; por lo que en la siguiente etapa la Secretaría analizará la exclusión de estos artículos para efectos de la investigación de acuerdo con la información que aporten las partes interesadas y aquella que se allegue la propia autoridad investigadora. En esta etapa inicial la Secretaría solamente excluyó de su análisis los productos que de acuerdo con la información disponible no se utilizan en el servicio de mesa (como artículos para tocador).

2. Tratamiento arancelario

7. La Solicitante manifestó que los productos objeto de investigación ingresan por las siguientes fracciones arancelarias de acuerdo con la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (TIGIE):

Tabla 1: Descripción arancelaria del producto objeto de investigación

Clasificación arancelaria	Descripción
69	Productos cerámicos.
6911	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de porcelana.
6911.10	Artículos para el servicio de mesa o cocina.
6911.10.01	Artículos para el servicio de mesa o cocina.
6912	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.
6912.00	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.
6912.00.01	Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa.

Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI).

8. Las mercancías que ingresan por las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 están sujetas a un arancel del 15%, excepto las originarias de Estados Unidos, Canadá, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Colombia, Uruguay, Bolivia, Islandia, Noruega, Suiza, Unión Europea e Israel para ambas fracciones arancelarias y adicionalmente Japón para la fracción arancelaria 6912.00.01.

9. La unidad de medida para operaciones comerciales es en "piezas". Conforme a la TIGIE es el "kilogramo".

3. Normas técnicas

10. Las especificaciones y normas que aplican al producto objeto de investigación son las siguientes:

- A. Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-2004, que se refiere a la información comercial de etiquetado.
- B. ASTM (por las siglas en inglés de American Standard Testing of Materials) C 368 – 88, utilizada para probar la resistencia al impacto y despostillamiento en vajillas cerámicas.
- C. ASTM C 373 – 88, se utiliza para probar la absorción de agua de productos cerámicos cocidos.
- D. ASTM C 554 – 88, utilizada para probar la resistencia al craquelado (fracturamiento del esmalte por choque térmico) en piezas cerámicas esmaltadas y quemadas.
- E. ASTM C 556 – 88, utilizada para probar la resistencia de esmaltes decorados por ataque de detergentes.
- F. ASTM C 650 – 83, utilizada para probar la resistencia de piezas cerámicas esmaltadas a sustancias químicas.

4. Usos y funciones

11. Cinsa indicó que las vajillas y las piezas sueltas objeto de investigación son bienes de uso final que se utilizan en el servicio de mesa. Principalmente se utilizan para contener alimentos y bebidas, y pueden ser usados tanto en hornos convencionales como de microondas. Su función secundaria es como elementos decorativos en el área de comedor.

12. Los consumidores de las vajillas y piezas sueltas de vajilla objeto de investigación se pueden clasificar en dos líneas de uso: línea doméstica, en donde los consumidores las usan en los hogares; y en la línea institucional en hoteles, restaurantes y cafeterías. La línea doméstica se puede adquirir en tiendas de autoservicio, tiendas departamentales, venta por catálogo, ferias, aboneros o cristalerías y la institucional se puede adquirir de proveedores especializados.

5. Proceso de producción

13. Cinsa indicó que en la fabricación de las vajillas y piezas sueltas de cerámica (incluye las de porcelana) se utilizan los siguientes insumos: caolines, arcillas, feldespatos, sílica, alumina, dolomita, óxido de estaño, carbonato de bario, óxido de zinc, opacificante, carbonato de calcio, talco, wallostonita, esmaltes, tintas y calcomanías.

14. Los insumos se muelen para luego cribar la mezcla, filtrarla y extruir el material. Se prepara el molde para el formado de la pieza mediante el método de inyección a presión y para piezas huecas se usa el método de vaciado de gravedad. Luego pasan a las áreas de esmaltado por aspersión y vitrificación. Las piezas son horneadas a una temperatura de 1180°C a 1350°C. Al salir del horno las piezas se inspeccionan y se destinan al decorado con calcomanía y horneado a 820°C. El proceso concluye con el empacado de las piezas en cajas, ya sea de un mismo tipo de pieza o en vajilla (juegos), dependiendo del tipo de producto o cliente. Para acreditar las etapas del proceso productivo, Cinsa proporcionó un diagrama del proceso de producción del fabricante chino UP-Triangle International Limited ("UP-Triangle International").

D. Posibles partes interesadas

15. Los importadores, exportadores y productores chinos de que tiene conocimiento la Secretaría son:

1. Importadores

Casa Ley S.A. de C.V.
Carr. Inter. y Calle Deportiva
Km 1434, Col. Infonavit Humaya, C.P. 80020
Culiacán, Sinaloa

Comercializadora México Americana S. de R.L. de C.V.
Av. Nextengo No. 78
Col. Santa Cruz Acayucan, C.P. 02770
México, Distrito Federal

Crown Baccara de México S.A. de C.V.
Querétaro No. 65-B 3er. piso
Col. Roma Sur, C.P. 06700
México, Distrito Federal

Grupo Coppel S.A. de C.V.
República Poniente 2859 Poniente
Col. Recursos Hidráulicos, C.P. 80100
Culiacán, Sinaloa

Grupo Famsa S.A.B. de C.V.
Pino Suárez No. 1202 Nte.
3er piso Unidad A, Col. Centro, C.P. 64000
Monterrey, Nuevo León

Imcosa S.A. de C.V.
Av. Constituyentes No. 345, planta baja
Col. Daniel Garza, C.P. 11830
Monterrey, Nuevo León

Importadora y Exportadora Total Velocity S. de R.L. de C.V.
Cicerón No. 504
Col. Los Morales, C.P. 11530
México, Distrito Federal

Regalos Siglo XXI S.A. de C.V.
Andrés Bello No. 10
Col. Polanco, C.P. 11550
México, Distrito Federal

Tiendas Chedraui S.A. de C.V.
Av. Constituyentes No. 1159
Col. Lomas Altas, C.P. 11950
México, Distrito Federal

Tiendas Soriana S.A. de C.V.
Alejandro de Roddas No. 3102-A
Col. Cumbres Octavo Sector, C.P. 64610
México, Distrito Federal

Waldo's Mart de México S. de R.L. de C.V.
Blvd. Paseo Cucapah No. 16822
Fracc. El Lago, C.P. 22210
Tijuana, Baja California Norte

2. Importadores de los que no se tienen datos de localización

A.E. Marcos y Cía. S.A. de C.V.

Abastecedora de Bares y Restaurantes de Baja California S.A. de C.V.

Abastecedora Restaurantera S y C S.A. de C.V.

Abba Tech S.A. de C.V.

Abjota S.A. de C.V.

Adalberto López Aguilar

Administradora Dart S. de R.L. de C.V.

Administradora de Fondues de Polanco S.A. de C.V.

Adolfo Ramírez Funcke S.A. de C.V.

Adrián Ramírez Estrada

ADV Asesoría e Importaciones S.A. de C.V.

Aerovías de México S.A. de C.V.

Agile Trading S.A. de C.V.

Agustina Casillas Vázquez

Akzo Nobel Chemicals S.A. de C.V.

Aldeasa México S.A. de C.V.

Alejandro Alberto Alvarado Hernández

Alejandro Segarra Carballo

Algebasa Logística S.A. de C.V.

Alma Patricia Palacios Venegas

Almacenes Zaragoza S.A. de C.V.

Ana Cristina Galván Amador

Andromeda Inc. S.A. de C.V.

Antonio Páez Borjas

Apple Operations México S.A. de C.V.

ARC Internacional México S.A. de C.V.

Armenta Ramírez Ramón de Jesús

Arterama S.A. de C.V.

ASA Import S.A. de C.V.

Aseprom S.A. de C.V.

Asimex Cancún Trade S.A. de C.V.

Asincoex S.A. de C.V.

Astro Comercializadora S.A. de C.V.

Automatización Ensamblajes y Circuitos Impresos S.A. de C.V.

Avance y Tecnología en Plásticos S.A. de C.V.

Azteca Gran Río S.A. de C.V.

Bager Transport S.A. de C.V.
Baja Custom S. de R.L. de C.V.
Bayer de México S.A. de C.V.
Bazar San Agustín S.A. de C.V.
Beijing Importaciones S.A. de C.V.
Benetton Mexicana S.A. de C.V.
Beraca Comestibles S.A. de C.V.
Bergmann Home S.A. de C.V.
Bh. Be Healthy Comercializadora S.A. de C.V.
Boker S.A. de C.V.
Bostons México S.A. de C.V.
Brenda Corona Andrés
Britt Shops Retail De México S.A. de C.V.
By the Sea S.A. de C.V.
Café Britt de México S.A. de C.V.
Café Tostado de Exportación S.A. de C.V.
CAI International Trading Services S. de R.L. de C.V.
Caliserimex S.C.
Calsonickansei Mexicana S.A. de C.V.
Camelia Deyanira Rubio Quintanar
Camino Real México S.A. de C.V.
Candelaria Díaz Bautista
Cantia S.A. de C.V.
Carbatz S.A. de C.V.
Carl Zeiss Visión México S. de R.L. de C.V.
Carlos Ignacio Morales Soto
Carlos Manuel Canto Moreno
Caroar Importa S.A. de C.V.
Carraria S.A. de C.V.
Central Detallista S.A. de C.V.
Centro de Almacenaje y Distribución Junior Foods
Ceva Freight Management México S.A. de C.V.
Chasocin S.A. de C.V.
Christian Imports S.A. de C.V.
Cia. Comercial Cimaco S.A. de C.V.
Ciclón de Saldos de Tijuana S.A.
Cien Por Ciento Gran Formato S.A. de C.V.
Cige Importación y Exportación S. de R.L. de C.V.
Cjr&Progreso S.A. de C.V.
Claudia Ivette Delgadillo García
CLS Commercial and Logistic Shipping S.A. de C.V.
CLS Commercial Logistic Shipping S.A. de C.V.
Co Production de México S.A. de C.V.
Colecciones Loft S.A. de C.V.
Colegio Presencia Americano S.C.
Colores Creativos S.A. de C.V.
Comercial Anforama S.A. de C.V.

Comercial Viejo Tonto S.A. de C.V.
Comercialización e Importaciones Escalera S.A. de C.V.
Comercialización y Servicio de Nogales S.A. de C.V.
Comercializadora Ah S.A. de C.V.
Comercializadora Artipracs S. de R.L. de C.V.
Comercializadora Artipracs S. de R.L. de C.V.
Comercializadora Asiamerica S. de R.L. de C.V.
Comercializadora Dax S.A. de C.V.
Comercializadora de Alimentos y Tés S.A. de C.V.
Comercializadora de Automóviles y Camiones Feyco S.A.
Comercializadora de Productos Digitales S.A. de C.V.
Comercializadora del Centro Delta S.A. de C.V.
Comercializadora Denique S.A. de C.V.
Comercializadora Dure S.A. de C.V.
Comercializadora Dysh S.A. de C.V.
Comercializadora e Importadora Números S.A. de C.V.
Comercializadora E.P.M. del Humaya S.A. de C.V.
Comercializadora Garita S.A. de C.V.
Comercializadora González de México S.A. de C.V.
Comercializadora Internacional Hopmar S.A. de C.V.
Comercializadora Jáuregui-Toledo S. de R.L. de C.V.
Comercializadora Lazana S.A. de C.V.
Comercializadora Mega Boss S.A. de C.V.
Comercializadora Mexport S.A. de C. V.
Comercializadora Mubisa S.A. de C.V.
Comercializadora Mundial para el Hogar S.A. de C.V.
Comercializadora Peninsular Cari S.A. de C.V.
Comercializadora Prol Var S.A. de C.V.
Comercializadora Regalomex S.A. de C.V.
Comercializadora Servi Dia S.A. de C.V.
Comercializadora Shogun S.A. de C.V.
Comercializadora Some S.A. de C.V.
Comercializadora Sueca de México S.A. de C.V.
Comercializadora y Consultoría Aduanera S de R.L. de C.V.
Comercializadora y Distribuidora Feraly S.A. de C.V.
Comercio Multimodal S.A. de C.V.
Comicx Franquicias Cx S.A. de C.V.
Compañía Agrícola Valle del Sur S. de R.L. de C.V.
Compañía Importadora Flash S. de R.L. de C.V.
Complapa México S.A. de C.V.
Comunicación Promocional Integral S.A. de C.V.
Conexiones Internacionales y Comercio S.A. de C.V.
Consorcio Bobadilla Payan S.A. de C.V.
Consorcio de Regalos México S.A. de C.V.
Coordinación Integrada S.A. de C.V.
Coppel S.A. de C.V.
Corporación Exito para su Exito S.A. de C.V.

Corporación Starprice S.A. de C.V.
Corporativo Aduanal Morris S.A. de C.V.
Corporativo en Trámites Aduanales S. de R.L. de C.V.
Corporativo Satrosa S.A. de C.V.
Corporativo Simplemente S.A. de C.V.
Cosas de Hogar S.A. de C.V.
Cosas y Detalles S.A. de C.V.
Cositas Orientales en México S.A. de C.V.
Covie S. de R.L. de C.V.
CPD Trading S. de R.L. de C.V.
Creaciones Artísticas Publicitarias S.A.
Creaciones Saya S.A. de C.V.
Crisa Libbey México S. de R.L. de C.V.
Criscom S.A. de C.V.
Cristalería Mónaco S.A. de C.V.
Cummins Filtracion S. de R.L. de C.V.
D Roca Networks S.A. de C.V.
Daily Essentials S.A. de C.V.
Daniel Vidaña Berriel
Dante Interactivo S.A. de C.V.
Darío Martín Moreno Ayala
De Sol a Sole S.A. de C.V.
Decoración de Eventos S. de R.L. de C.V.
Denice Alvarado Ríos
Dermatrade S.A. de C.V.
Desarrollos Turísticos del Pacífico S.A. de C.V.
Design Primario S.A. de C.V.
Diego Armando Vázquez Albor
Distribuciones Jabe S.A. de C.V.
Distribuidora Castro's S.A. de C.V.
Distribuidora e Importadora Alsea S.A. de C.V.
Distribuidora Gemini S.A. de C.V.
Distribuidora Internacional del Caribe S.A. de C.V.
Distribuidora Liverpool S.A. de C.V.
Distribuidora Mari José S.A. de C.V.
Distribuidora Toymark S.A. de C.V.
Distribuidora Wdm S. de R.L. de C.V.
Distribuidora y Comercializadora de Impresos S.A. de C.V.
Distribuidora y Comercializadora Feraly S.A. de C.V.
Districomex S.A. de C.V.
Diversión y Eventos Espectaculares S.A. de C.V.
Dufry México S.A. de C.V.
Dufry Yucatán S.A. de C.V.
Ecosway Trading México S.A. de C.V.
Eden Benavento S.A. de C.V.
Ekar de Gas S.A. de C.V.
El Triunfo de la Ciudad de México S.A. de C.V.

Elizabeth Hernández García
Emi Music México S.A. de C.V.
Epoca Km S.A. de C.V.
Ernesto Erick Bobadilla Caballero
Espinoza Anaya Jesús Daniel
Establecimientos del Rio S.A. de C.V.
Estrategia M Consulting Group S. de R.L. de C.V.
Europorcelanas S.A. de C.V.
Eurorep S.A. de C.V.
Exim Baja S.A. de C.V.
Expenditadora Cietsa S.A. de C.V.
Exploworld S.A. de C.V.
Exportaciones Diez S.A. de C.V.
Express Toys Service S.A. de C.V.
Factor Sales de México S.A. de C.V.
Fantasy Interlain S.A. de C.V.
Federico Pineda Sánchez
Films Plásticos de México S. de R.L. de C.V.
Fraciel S.A. de C.V.
Gaizka S.A. de C.V.
Galería del Chocolate S. de R.L. de C.V.
Galerías el Triunfo S.A. de C.V.
García Morales José Guadalupe
General Trading Services Co. S. de R.L. de C.V.
Gift Express S.A. de C.V.
Gifts Collection S.A. de C.V.
Global Importaciones S.A. de C.V.
Global Starpolux de México S.A. de C.V.
Global Troc S.A. de C.V.
Gold Elite S.A. de C.V.
Goliat Internacional S.A. de C.V.
Gran Cristalería de Hidalgo S.A. de C.V.
Grupo 2rc S.A. de C.V.
Grupo Bachec S.A. de C.V.
Grupo BG&B S.A. de C.V.
Grupo Comercial Armiro S.A. de C.V.
Grupo Cristalería del Angel S.A. de C.V.
Grupo Dad S.A. de C.V.
Grupo Empresarial Nahel S.A. de C.V.
Grupo Galway S.A. de C.V.
Grupo Geboy Siglo XXI S.A. de C.V.
Grupo Importador Baged y Asociados S.A. de C.V.
Grupo Intercal S. de R.L. de C.V.
Grupo La Fábula S.A. de C.V.
Grupo Lazzram S.A. de C.V.
Grupo Morbrock Internacional S.A. de C.V.
Grupo OR S.A. de C.V.

Grupo Papelero Gutiérrez S.A. de C.V.
Grupo Pyramidal Comercial S. de R.L. de C.V.
Grupo Sofri S. de R.L. de C.V.
Grupo Triplasa S.A. de C.V.
Grupo Vasconia S.A.B.
Guillesa Internacional S.A. de C.V.
Gustavo Rene Ortega Arratia
Habilitadora de Cristalerías Mexicanas S.A. de C.V.
Habitat Stanza S.A. de C.V.
Hausdek S.A. de C.V.
Héctor Daniel Morales Soto
Hemsa S.A. de C.V.
Hernández Aguirre Carlos Miguel Angel
Herrera Rivera Mario Gerardo
Hidrotoys S.A. de C.V.
Hogar y Novedades S.A. de C.V.
Home Depot México S. de R.L. de C.V.
Home Interiors de México S. de R.L. de C.V.
Home Price S.A. de C.V.
Hotel Depot S.A. de C.V.
Huawei Technologies de México S.A. de C.V.
Iconos Contemporáneos S.A. de C.V.
Ideas en Comercio Exterior S.A. de C.V.
Imagina tu Mesa S.A. de C.V.
Impexsat S. de R.L. de C.V.
Impomesco S.A. de C.V.
Impor Club Elim S. de R.L. de C.V.
Import Jam Vergel S.A. de C.V.
Importación y Desarrollo de la Moda S.A. de C.V.
Importaciones 3m S.A. de C.V.
Importaciones de la 71 S.A. de C.V.
Importaciones Eder S.A. de C.V.
Importaciones Gabenci S.A. de C.V.
Importaciones Hecho en México S.A. de C.V.
Importaciones Heisei S.A. de C.V.
Importaciones Keila S.A. de C.V.
Importaciones la Lllamarada S.A. de C.V.
Importaciones Mundiales Tormes S.A. de C.V.
Importaciones PH S.A. de C.V.
Importaciones Sanfri S.A. de C.V.
Importaciones Universales Manolo S.A. de C.V.
Importaciones Valmed S.A. de C.V.
Importaciones Vapel S.A. de C.V.
Importaciones y Logística Galindo S. de R.L. de C.V.
Importaciones y Logística S.A. de C.V.
Importaciones y Novedades Calafia de Tijuana S.A. de C.V.
Importaciones y Publicidad S.A. de C.V.

Importadora Alegría de México S.A. de C.V.
Importadora Bbbmex S. de R.L. de C.V.
Importadora Bosga S.A. de C.V.
Importadora Bulk S.A. de C.V.
Importadora Corporativa del Centro S.A. de C.V.
Importadora Corporativa del Centro S.A. de C.V.
Importadora de Artículos Exclusivos S.A. de C.V.
Importadora de Artículos para el Hogar y Similares S.A. de C.V.
Importadora Grupo Golden S. de R.L. de C.V.
Importadora Idea S.A. de C.V.
Importadora Ikat S.A. de C.V.
Importadora Jumbo S.A. de C.V.
Importadora Nes S.A. de C.V.
Importadora Primex S.A. de C.V.
Importadora y Comercializadora Alzar S.A. de C.V.
Importadora y Comercializadora Blanquita de Tamaulipas S.A. de C.V.
Importadora y Comercializadora Cybertec S.A. de C.V.
Importadora y Exportadora Alfa-Omega Internacional S.A. de C.V.
Importadora Yara S.A. de C.V.
Importamex Internacional S.A. de C.V.
Impulso Trade Services S.A. de C.V.
Imura de Occidente S.A. de C.V.
Inaya S.A. de C.V.
Industrializadora Pares S.A. de C.V.
Industrias Potenzo S.A. de C.V.
Industrias Promi de Occidente S.A. de C.V.
Industrias Zonana Yedid S.A. de C.V.
Inmobiliaria Casino Satélite S.A. de C.V.
Inovaciones Tecnológicas para Impresión y Publicidad S.A. de C.V.
Integradora Merco S.A. de C.V.
Integral Contract América S.A. de C.V.
Integral Maison S.A. de C.V.
Interlomas Hogar S.A. de C.V.
International Gourmet Express S.A. de C.V.
Jacobo Rosendo Pérez Ruiz
Jemaflex de México S.A. de C.V.
JFG Logistics S. de R.L. de C.V.
Jichasa S. de R.L. de C.V.
Joel Cuellar Mireles
José Guadalupe García Morales
José Manuel Lobera Silva
Joske's de México S.A. de C.V.
Juan Alfredo López Meza
Juan Rafael Zuñiga Luna
Julieta Esperanza García Tamayo
Junior Foods S.A. de C.V.
Kartec S.A. de C.V.

Kurson Kosher S.A. de C.V.
Kyocera Mexicana S.A. de C.V.
L & S Co S.A. de C.V.
La Barata y Algo Más S.A. de C.V.
La Ciudad de México Aeropuerto S.A. de C.V.
Lanz Imports S.A. de C.V.
Le Creuset de México S. de R.L. de C.V.
Lego Operaciones de México S.A. de C.V.
Leticia León Limón
Letsac México S. de R.L. de C.V.
L'eudine México Corporation S. de R.L. de C.V.
Lezama Valdez Roberto
Librería Maranatha S.A. de C.V.
Librería y Papelería Ciudad de México S.A. de C.V.
Libreros Lara María Dolores
Logística Mundo Express S.A. de C.V.
Lopsal Trading S. de R.L. de C.V.
Lucio Raúl González Ríos
Luis Enrique Ortega Mendoza
Luis Rodolfo Aguilar Vázquez
Maderarte Industrial S.A. de C.V.
Male y Midor S.A. de C.V.
Manuel de Jesús Ramírez Estrada
Marcas Nestle S.A. de C.V.
Marco Antonio Peralta Ortega
María del Carmen Murrieta Bejarano
Mariana de Guadalupe Sanabria Nava
Marinter S.A. de C.V.
Marke S.A. de C.V.
Martha Morgan Báez
Mary Kay Cosmetics de México S.A. de C.V.
Materiales Arquitectónicos de Sonora S.A. de C.V.
Materiales y Construcciones Villa de Aguayo S.A. de C.V.
Media Products de México S.A. de C.V.
Mega Eder S.A. de C.V.
Mega Sanfri S.A. de C.V.
Mega Textil S.A. de C.V.
Mega Toys de México S.A. de C.V.
Mexasia S.A. de C.V.
Mexieuro Distribución S.A. de C.V.
Mexpulih Bio Technology S.A. de C.V.
MGA Logistics Services S. de R.L. de C.V.
MHM Asociados en Comercio Exterior S.A. de C.V.
MHN Comercializadora S.C.
MMP Importaciones S.A. de C.V.
Molave S.A. de C.V.
Monarca Industrial S.A. de C.V.

Monte Rio Mhn Comercializadora
Morgan Báez Martha
Mosaico Importaciones y Exportaciones S.A. de C.V
Mr. Foto de Ensenada S.A de C.V
Mueblería Standard S.A. de C.V.
Murrieta Bejarano María del Carmen
Música Compacta Digital S.A. de C.V.
Namuh S.A. de C.V.
Neo Pop S.A. de C.V.
Nespresso México S.A. de C.V.
Nestek de México S.A. de C.V.
New Design Wares A&S S.A. de C.V.
Nihao México S.A. de C.V.
No Sabe Fallar S.A. de C.V.
Nylcom S.A. de C.V.
Oneida S.A. de C.V.
Operadora CB México S.A. de C.V.
Operadora de Ciudad Juárez S.A. de C.V.
Operadora de Franquicias de México S. de R.L. de C.V.
Operadora de Reynosa S.A. de C.V.
Operadora Futurama S.A. de C.V.
Operadora Logística Peninsular S.A. de C.V.
Operadora Merco S.A. de C.V.
Operadora Mifer S.A. de C.V.
Operadora Tonys de Puebla S.A. de C.V.
Order Imports S.A. de C.V.
P.G.S. Servicios de México S.A. de C.V.
Páez Borjas Antonio
Palmiss S.A. de C.V.
Panalpina Transportes Mundiales S.A. de C.V.
Passport de México S.A. de C.V.
Pe&Be Worldwide Courier S.A. de C.V.
Pentastar Trading S.A. de C.V.
Pholders Importaciones S.A. de C.V.
Pierson Capital México S. de R.L. de C.V.
Pirelli Neumáticos de México S.A. de C.V.
Plasty Home S.A. de C.V.
Pluma Nacional S.A. de C.V.
Power Mix de México S.A. de C.V.
Prestigium S. de R.L. de C.V.
Pricewaterhousecoopers S.C.
Prima Group S.A. de C.V.
Productora de Monitos S.A. de C.V.
Productora Internacional de Bebidas S.A. de C.V.
Productos Rim S.A. de C.V.
Proepta S.A. de C.V.
Profesionales en Servicio al Comercio Exterior FGN

Promocionales Pacifico de México S.A. de C.V.
Promociones Flash Point S.A. de C.V.
Promotional Imprints de México S. de R.L. de C.V.
Promotor de Negocios Internacionales Cefasttrak S.C.
Proserv Importaciones y Logística S. de R.L. de C.V.
Prosperidad Chen S.A. de C.V.
Proveedor de Servicios y Transportes Gurdit S.A. de C.V.
Proveedora de Insumos Valle del Sol S.A. de C.V.
Proveedora Industrial Sion S.A. de C.V.
Proveedora Internacional de Servicios y Logística S. de R.L. de C.V.
Provsá Cristaloza Peltre y Aluminio S.A. de C.V.
Proyecta Publicidad y Promoción S. de R.L. de C.V.
Proyectos Mercadotécnicos Vazse S.A. de C.V.
Pugus Inc S.A. de C.V.
Reader' s Digest México S.A. de C.V.
Reimart S.A. de C.V.
Retroflection México S.A. de C.V.
Ricardo Romero Copca
RLS Pacífico Asia S.A. de C.V.
RLS Pacífico México S.A. de C.V.
Roberto Montañó Valle
Robin Sifrido Acosta Ruiz
Saca Trading S.A. de C.V.
San Francisco Telas S.A. de C.V.
Sandolat S.A. de C.V.
Sears Operadora México S.A. de C.V.
Secame Iberoamérica S.A. de C.V.
Seek América S. de R.L. de C.V.
Service Trading S.A. de C.V.
Servicios Comerciales del Sur S.A. de C.V.
Servicios Coordinados de Importación S.A. de C.V.
Servicios de Importación y Distribución S.A. de C.V.
Servicios Especializados Yavajo S.A. de C.V.
Servicios Integrales en Comercio Internacional y Logística S.A. de C.V.
Servicios Logísticos e Integrales de México S.A. de C.V.
Shishe Trading S.A. de C.V.
Sigma-Aldrich Química S.A. de C.V.
Sistemas Esenciales S.A. de C.V.
Sm-Wgh Restaurant S.A.P.I de C.V.
Sofía Valdés Pruneda
Solangel Borquez Félix
Solar Chaca S.A. de C.V.
Soluciones Internacionales Especializadas S. de R.L. de C.V.
Stargift S.A. de C.V.
Stocksur México S.A. de C.V.
Sublimación e Insumos Gráficos S.A. de C.V.
Suministros Domésticos S.A. de C.V.

Supermercados Internacionales H.E.B. S.A. de C.V.
Supermercados Organizados S.A. de C.V.
Superwin S.A. de C.V.
Surtidora Comercial del Pacífico S.A. de C.V.
Surtidora de Juguetes y Regalos S.A. de C.V.
Táctica Internacional S.A. de C.V.
Taikon S.A. de C.V.
Taurus España S.A. de C.V.
Teams Sports S.A. de C.V.
Tecnologías de Impresión y Sublimación S.A. de C.V.
Telesondeos de la Frontera S.A. de C.V.
Tendencia Gastronómica S.A. de C.V.
Tendencias y Conceptos S.A. de C.V.
Teradata de México S. de R.L. de C.V.
Teresita de Jesús García Hernández
Textiles Rimavel S. de R.L. de C.V.
The Coca Cola Export Co. Corp.
The Magic Touch México S.A. de C.V.
The Pampered Chef Import México S. de R.L. de C.V.
Tienda de Descuento Arteli S.A. de C.V.
Tiendas Garcés S.A. de C.V.
Tiendas Libres del Sur S.A. de C.V.
Tittomex S.A. de C.V.
TNP Trading S.A. de C.V.
Transinter S.A. de C.V.
Triunfo San Jerónimo S.A. de C.V.
Uline Shipping Supplies S. de R.L. de C.V.
Unidal México S.A. de C.V.
Unirefacciones S.A. de C.V.
Universidad Iberoamericana A.C.
Unlimited International Commerce S. de R.L. de C.V.
Utensilios de Hogar Yimin S.A. de C.V.
Vara Importaciones S. de R.L. de C.V.
Varer Internacional S.A. de C.V.
Ventas y Servicios al Consumidor S.A. de C.V.
Verónica del Carmen Flores González
Víctor Hugo Anguiano Hernández
Vilbomex S.A. de C.V.
Vitromugs S.A. de C.V.
Woolworth Trading S.A. de C.V.
Wow Operadora S.A. de C.V.
XMX S.A. de C.V.
Yaiza Internacional S.A. de C.V.
Yi Hong Ding S.A. de C.V.
Yinhan S.A. de C.V.
Zara Home México S.A. de C.V.
Zaragoza Mladovich Roberto

3. Exportadores

Tangshan Ziming Commerce & Trade Co. Ltd.
RM. 806, 315 BLDG Wangjing Xiyuan
San QU, Chaoyang District, Beijing
Piso 2, Edificio 9, Xiangyunli Community
Lubei District, Tangshan City
Hebei Province, China

4. Productores chinos

Beiliu Changrong Porcelain Factory
Shi Zipu, Beiliu, Guangxi, China

Chaozhou Chengxi Jijie Art & Craft Painted Porcelain Factory
Lan Hua Erjie, Hua Yuan Development Zone
Chaozhou, GD, China
Lanhua'Er Street, Xiangqiao District
Chaozhou, Guangdong 521011
China

Chaozhou Jiaye Ceramics Making Co. Ltd.
Yangtuo Ind. Zone, Fengxi
Chaozhou, China

Guangxi Ever Nice Porcelain Factory
Porcelain Celain Industrial Park Beiliu
Guangxi China

Guangxi Province Beliu Loatian
No. 0888, Liangshuijing Industrial District
Beiliu, Zona Postal 537400, Guangxi, China

Henan Guangda Ceramic Co. Ltd.
Wentang Village Shenhon Town Yuzhou City
Henan, China

Luoyang Redstar Ceramic Co. Ltd.
Zhenhuo Town, Yuzhou City
Henan. P.R. China

Linyi Xingda Ceramics Co. Ltd.
Zhaojiaba Village, Luozhuang Linyi
Shandong Province, China

Xuchang Jianxing Products Co. Ltd.
Wu Li Village, Xiadu Office, Yuzhou City
Henan Province, China

Yuzhou Xingfa Ceramic Factory
Zhenhuo Town, Yuzhou City
Henan. P.R. China

Zhongli Ceramics Co. Ltd.
No. 0188, Chengbei Road, Beiliu City
Guangxi Province, China

Zibo Kunlun Porcelain Co. Ltd.
No.125, Kunlun Road
Zichuan, Zibo, Shandong, China

5. Exportadores de los que no se tienen datos de localización

26 California Bazar Inc.

4p4u Trading Co. Ltd.

A&L Wholesale Foods Inc.

A.M. Refrigeration Co. Inc.

A.N.Traders GmbH

A1 Tabletop Co. Ltd.

A2z Balloon Co.
Abanicos Folgado S.L.
ABC Exports L. C.
Ace Hardware Corp.
Acl Distribution Inc.
Ad Graphics
Adagio Teas Inc.
Adamo S.R.L.
Agenda Group Holdings Inc.
Ai Aramco Import Inc.
Aida A/S
Aihua Holding Group Co. Ltd.
Aj Wholesale Distributors Inc.
Alamo Auto Supply
Aldeasa S.A.
Alegacy Foodservice Products Group Inc.
Alessi S.P.A.
Aljac Enterprises Inc.
Alliance (Hk) Enterprise Ltd.
Alliance Trading Inc.
Allied Imex Inc.
Allstate Craft Inc.
Allstate Floral & Craft Inc.
Alpha And Harvest Inc.
Alpha Impex B.V.
Amasia Co.
Amefa France Medard S.A.S.
Amen Trading Inc.
America Latina Enterprise Co. Ltd.
American Accesories Inc.
American Crafts
American Gift Co.
American Glove Co.
Americo Inc.
Amrosia Group Ltd.
Amsterdam Printing & Litho
Anchor Hocking Co.
Angel Accesorios Inc.
Aramco Import Inc.
Arc Distribución Arte para el Hogar Ibérica S.L.
Arc International France
Argos
Artforum Ltd.
Artoy Trading LLC.
As One International Inc.
Asa Selection GMBH

Ascend (Far East) Trading Co.
Asia Mart Ltd.
Asia Splendor Ltd.
Asia Trade Consulting Group Ltd.
Asiana Trading Inc.
Asiatides S.A.
ATX Logistics S.A.
Aya Genesis LLC.
B & E Transport LLC.
B&B Sales Ltd.
Bambis Import Co. Pty. Ltd.
Bangkit USA Co. Bazic Products
Baoding Giant Imp and Exp Co. Ltd.
Bargain Wholesale
Bazic Products Bangkit USA Inc.
Beauty 21 Cosmetics Inc.
Bed Bath & Beyond Procurement Co. Inc.
Beijing Medicines and Health Products Imp. and Exp. Co. Ltd.
Beiliu City Heyun Building Materials Co. Ltd.
Beiliu Quanli Ceramic Co. Ltd.
Beltram Foodservice Group Inc.
Beltran Edge Tool Supply Inc.
Becom SRL.
Best Buy Imports
Best Medical Supply Co.
Best Welcome Home Asia Ltd.
Best Wholesale Inc.
Bestlift International Co. Ltd.
Bestsub Technologies Co. Ltd.
Beyond Sky Group Co. Ltd.
Bia Cordon Bleu Inc.
Blomus
Blue Sky Marketing Group Ltd.
Boelter Brands LLC.
Bon Chef Inc.
Boston Warehouse Trading Co.
Brand New Days Ltd.
Burton and Burton
BYL International Inc.
C & S Import Export Inc.
C. Pacific Foods Inc.
C.Kao International Trading Co.
Caffco International Ltd.
Calafia Wholesale Inc.
California Bazar Inc.
Cal-Mil Plastic Products Inc.

Calumet Photographic Inc.
Cardinal International Inc.
Caribe Express Ltd.
Carlisle Food Service Products
Casanueva Co.
Castor Transport LLC.
CB Flower & Craft Inc.
CBB Group Inc.
Ceka Full Service GmbH
Center for Higher Education & Languages
Ceramic Town Beiliu City Guangxi Province China
Certified International Co.
Ceva Freight LLC.
Changsha Happy Go Prodducts Developing Co. Ltd.
Changsha Rising Import and Export Trade Co. Ltd.
Changsha Win Star Industrial Co. Ltd.
Chaozhou Bangfa Ceramics Manufacture Co. Ltd.
Chaozhou Baodayi Porcelain Co. Ltd.
Chaozhou Bening Ceramics Industries Co. Ltd.
Chaozhou Dayi Ceramics Industries Co. Ltd.
Chaozhou Dongyi Ceramics Co. Ltd.
Chaozhou Feida Ceramics Industries Co. Ltd.
Chaozhou Fengxi Jiaxiang Ceramic Manufactory
Chaozhou Fengxi Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory
Chaozhou Fengxi Zone Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory
Chaozhou Guidu Ceramics Co. Ltd.
Chaozhou Haihong Ceramics Making Co. Ltd.
Chaozhou Hong Jia Ceramics Making Co. Ltd.
Chaozhou Hongye Ceramics Manufacture Co. Ltd.
Chaozhou Honor Run Industrial Co. Ltd.
Chaozhou Huawei Porcelain Factory
Chaozhou Huazhong Ceramics Industries Co. Ltd.
Chaozhou Juqiang Ceramics Co. Ltd.
Chaozhou Lianjun Ceramics Co. Ltd.
Chaozhou Weida Ceramics Making Co. Ltd.
Chaozhou Weigao Ceramic Craft Co. Ltd.
Chaozhou Xinyue Ceramics Manufacture Co. Ltd.
Chaozhou Xiongjia Porcelain Manufacture Co. Ltd.
Chaozhou Ying Sheng Ceramic Manufactory
Chaozhou Zhongxia Porcelain Factory Co. Ltd.
Charles Products Inc.
Chase Products Co.
Chilewich Sultan LLC.
China Accent (Hk) Ltd.
China First Industrial Ltd.
China Great Value Industrial Co. Ltd.

China High Star Import and Export Co. Ltd.
China in China International Co. Ltd.
Chrome Industries Inc.
Churchill China (UK) Ltd.
Chuzhou Happy Toy Co. Ltd.
Cilla Collection Inc.
Cime Food Service LLC.
Cirque Du Soleil Inc.
City Arts China Inc.
City Merchandise Inc.
Classic Industries Inc.
CMA - USA LLC.
Coaster Co. Of America
Coca Cola Mes.Pz.Dan.San.Ve Tic As
Collector`S Choice Toys & Hobbies Inc.
Compañía Alimentaria del Sur de Europa S.A.
Complemento Inc.
Concord International Products Inc.
Concord Products Inc.
Connected Appareal Co. LLC.
Contact Import & Export LLC.
Coppel Co.
Cosmos Gifts Co.
Costar International Ent Inc.
Costco Wholesale UK Ltd.
Costco Wholesale Co.
Creative Solutions International Ltd.
Crystal Promotions Inc.
Cummins Filtration Inc.
Cussinel International Ltd.
CY Top Ltd.
D & P Import Co.
D Roca Networks (Hk) Co. Ltd.
Daiso Industries Co. Ltd.
Dalian Cesas Trading Co. Ltd.
Danica Imports Ltd.
Data Supplies Inc.
Decor Craft Inc.
Dehua Henghan Arts Co. Ltd.
Dehui Household Productos Imp&Exp Co. Ltd.
Delta Superior Ltd.
Depox
D'Eugenio S.R.L.
Deutsch ECD
Diamond Star Co.
Dirocas Ltd.

Dish Factory Outlet
Dispenser Amenities Inc.
DJK Global México S.A. de C.V.
Dntx Co.
Dollar Empire LLC.
Don Mechanic Enterprises Ltd.
Dongguan Justright Heat Transfer Machine Factory
Dufry Yucatán S.A. de C.V.
Duke Manufacturing Co.
Dwl Industries Co.
E.V.T. Trading Co. Ltd.
Eadak Industries Ltd.
Easta International Ltd.
Estar Imp& Exp Co. Ltd.
Eastsign International Ltd.
Easy Home Organization Manufacturing Co. Ltd.
Ebay
Economy Cash and Carry Inc.
Edward Don & Co. Ltd.
Electrodomésticos Taurus S.L.
Elite Brands International
Elkay Plastics Co. Inc.
Emicela S.A.
Entrada Collection Inc.
Entrada Collection Inc.
Entrada Collection Inc.
Epsilon Internacional Ltd.
Epsilon International Ltd.
Epure Glass Inc.
Eramay Enterprise Co. Ltd.
Essential Decor Inc.
Establecimientos Alvarez Mallorca S.A.
Esteban Paris Parfums
E-Succes (Shenzhen) Industrial Develop Co. Ltd.
Euro Asian Trading Partners CV
Euro-Ware Inc. Dura-Kleen (U.S.A.) Inc.
Evershine Fine China Co. Ltd.
Evershine Inc.
Evertop Enterprises Corp. Ltd.
Ezletter International Ltd.
Factor Sales Inc.
Fancy International (H.K.) Co. Ltd.
Faye Import S.A.
Filters Fast LLC.
Fine French Linens
Firefly Home Collection LLC.

Fisher Home Products Inc.
Florida International Forwarders Inc.
Flowers & Beyond Inc.
Focus Products Group LLC.
For Life
Force Top Enterprise Inc.
Foshan Castel Imp. & Exp.Co. Ltd.
Foshan Ever Rising Trading Co. Ltd.
Foshan Junjing Industrial Co. Ltd.
Four Season General Merchandise
Four Star Group Inc.
Franciscan Merchandise Inc.
Franklin Machine Products Inc.
Free- Wings Co. Ltd.
Friendii Industry Co. Ltd.
Front of the House Inc.
Frontera International Inc.
Fuji Merchandise Co.
Fujian Dehua No. 5 Ceramic Factory
Fujian Dehua Xiehong Ceramics Co. Ltd.
Fujian Profit International Trading Group Co. Ltd.
Fung Lee (Asia) Ltd.
Fung Lin Wah Enterprise Ltd.
Furniture of America California
Fursifex Shenzhen Co. Ltd.
G.E.T. Enterprises Inc.
G.L.G. Trading Co.
Gabi Inc.
Galerie Au Chocolat
Galison Co. Ltd.
Game Time Group LLC.
Gayla Industries Inc.
Gemaco International NV
Generate Design Inc.
Genmert Inc.
Giant Merchandise Co.
Gibson Overseas Inc.
Gifcraft Inc.
Gift City Enterprise Ltd.
Giftcraft Inc.
Glaskoch B. Koch Jr. Gmbh Co. KG
Global Caribbean Inc.
Global Impex Connection Inc.
Global Inflight Products
Global Linen Inc.
Global Pro Merch Exchange Ltd.

Glocal Trading Ltd.
Glory Heights Enterprises Pte Ltd.
Golden Bell Products Inc.
Golden Sun Co.
Golden Touch Co. Ltd.
Gollnest & Kiesel KG
Good Stand Industrial (China) Ltd.
Gourmet Display Division of Plastic Dynamics Inc.
Gr Industrial Co.
Grand Finale Inc.
Great Course Ceramics Co. Ltd.
Grupo Vasconia S.A.B.
GTS Dominicana S.A
Guang Zhou Sharmico Trading Co. Ltd.
Guangdong Shunxiang Porcelain Co. Ltd.
Guangdong Sitong Group Co. Ltd.
Guangdong Xmas Home Co. Ltd.
Guangxi Beiliu Chengjia International Co. Ltd.
Guangxi Beiliu Guixin Industry & Trade Co. Ltd.
Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co. Ltd.
Guangxi Chengdahan Imp. And Exp. Co. Ltd.
Guangxi Chengdang Imp. And Exp. C.. Ltd.
Guangxi Lucky Xinda Imp & Exp Co. Ltd.
Guangxi Province Beiliu City Laotian Ceramic Co. Ltd.
Guangxi Sanhuan Enterprise Group Holding Co. Ltd.
Guangxibeiliu Guixin Industry & Trade Co. Ltd.
Guangzhou Sea Link Industrial Corp. Ltd.
Guangzhou Sharmico Trading Co. Ltd.
Guest Supply Inc.
H.D Sheldon & Co. Inc.
H.X.Y. International Group (Hk) Co. Ltd.
Hallmark Marketing Co.
Handee Products/Les Produits Handee
Handstands
Hane Trade Development Ltd.
Hangwing Plastic Industry Co. Ltd.
Hannah Beauty Supply Distributing Co.
Hatcher Pty Ltd.
Hds Trading Co.
Hebei Joytop Imp & Exp Co.
Hebei Sincere Import And Export Co. Ltd.
Hebi Arts Inc.
Heinr Boker Baumwerk GmbH
Henan Zongheng Trading Co. Ltd.
Heri Gerate-Produktions GmbH
Hi Wares International Inc.

High Star Toys Inc.
High Season Imp. and Export Co. Ltd.
Himex Co. Inc.
Hitco Radios and Electronics
Hjc (Shenzhen) Co. Ltd.
Hjk Imports LLC.
Holding Eurocasadiez Investment S.L.
Holly Trading Co.
Honey Overseas Ltd.
Hongkong Sunboo Commercial Trade Co. Ltd.
Honor Top International Ltd.
Huaan Porcelain Industrial Ltd.
Huanggang Fuqiang Textile Imp. & Exp. Co. Ltd.
Huangmei County Mingda Foreign Trade Co. Ltd.
Huawei Technologies Co. Ltd.
Hunan Haixu Industrial Groups Co. Ltd.
Hunan Hirun Industrial Co. Ltd.
Hunan Hualian China Industry Co. Ltd.
Hunan Huari Ceramic Industri Co. Ltd.
Hunan Quanxiang Ceramics Co. Ltd.
Hypercap Trading Co.
Ideal World International Ltd.
Ideals Craftwork Co. Ltd.
Ift International
Iking International Ltd.
Imax Worldwide Home Co.
Imperial Creations Co.
Inhesion Industrial Co. Ltd.
In-Home Industrial Co Ltd.
Innuovo International Trade Co. Ltd. Hengdian Group
Interasia Sas (Shanghai) Trade Co. Ltd.
International Art Enterprise Co. Ltd.
International Coffee & Tea LLC.
International Direct Group Inc.
International Inbond Logistics
International Sources Trading Ltd.
Intex Recreation Corp.
Ipark Trading Inc Db a New Choy Inc.
It's in the Bag LLC.
Ivive Ltd.
Jackson Exports Inc.
Jaf International Co. Ltd.
Jameson & Tailor Tee- Und Kaffe Zubehor Deutschland Gmbh & Co. Kg
Jasper Rubber Products Inc.
Jay Import Co. Inc.
JC Sales

Jet Asia Corp. Ltd.
Jiangmen Xinhui Feima Imp & Exp. Co. Ltd.
Jiaozuo Meibo Ceramic Co. Ltd.
Jiaozuo Perfect Ceramic Trade Co. Ltd.
Jiayong International Ltd.
Jichasa LLC.
Jide Trading Inc.
Jims Warehouse
Jinan Luofei Economic & Trade Co. Ltd.
Joia Trading Co.
Joyye Arts & Crafts Co. Ltd.
Junior Star Enterprise Co. Ltd.
Justen Holding Ltd.
K & T Ceramics International Co. Ltd.
Kam Lee Metal and Plastic Factory Ltd.
Kasco Co.
Keck & Lang GmbH
Kellytoy U.S.A. Inc.
King Engine Bearings Inc.
King Konano Co. Ltd.
Kinnex International Inc.
Kintoon Development Ltd.
Kittrich Co.
Kole Imports Inc.
Korin Japanese Trading Co.
Kyocera Tycom Co.
Kyoei Opal (s'pore) Pte Ltd.
La Vida GmbH
Lakshmi International
Lancaster Colony Commercial Products Inc.
Larroc Ltd.
Lauren Hand Bag Co.
Ld Products Inc.
Le Creuset Of America Inc.
Lego Systems A/S - Lego Dc Dallas C/O Exel
Leifheit Aktiengesellschaft
Lenox Co.
Lexon Sas
Libbey Glass Inc.
Liberty Photo Products Inc.
Lifoam Industries LLC.
Liling Daily Ceramic Co. Ltd.
Liling Huawang Ceramics Manufacturing Co. Ltd.
Liling Jiahua Porcelain Manufacturing Co. Ltd.
Liling Kalring Trading Co. Ltd.
Liling Rongxiang Ceramic Co. Ltd.

Liling Ruixiang Ceramics Industrial Co. Ltd.
Lincoln International
Lindas Bags
Little Folk Visuals
Lodging Kit Co.
Loomis International Auction Division
Los Angeles Pottery Laurie Gates Designs
Loyal Top (Hong Kong) Ltd.
Lt Apparel Group A Lollytogs Co.
Luby's Fuddrucker's Restaurants LLC.
Lynn Roberts International Inc.
M And Jr. Inc.
Magenta Inc.
Maks (Novelty Maker) Ltd.
Manna Trading Co.
Marketing Resource International
Mary Kay Inc.
Maryland China Co.
Masswealt Trading Ltd.
Masterpiece Studios
Mastrad Inc.
Mastrad S.A.
May King Enterprise Co. Ltd.
Mayland Inc.
Mays Zona Libre S.A.
Mega Toys
Meizhou Lianshunchang Trading Co. Ltd.
Melcher & Hinrichs (H.K.) Ltd.
Metier Atelier Co. Ltd.
Mexam Enterprises Inc.
Miami Souvenirs
Microtec Technology Co. Ltd.
Miju International
Milkshake Creations LLP.
Millenium Masters Inc.
Million China Corp. Ltd.
Mini of San Diego
Minky Trading Inc. Db. Ch. Trading
Mirage International Ind. Inc.
Mity-Lite Inc.
Mizratex S.A. de C.V.
Modern Remix Ltd.
Monarch Container Line
More Trading
Motta Internacional S.A.
Mount Everest Tea Co. GmbH

Movliv International Trade Co. Ltd.
Mp Industries Ltd.
Mrs Fancy International (H.K) Co. Ltd.
Msc International/Les Ventas Murray Inc.
MSRF Inc.
Mundial Trade Inc.
Muuto A/S
My Paper Shop.Com Inc.
Nabi Cosmetic Co.
Nationwide Trading Corp.
Natural International Co. Ltd.
Naturalstar Enterprise Inc.
Naxa Electronics Inc.
Nestle Nespresso S.A.
New Century Holding Group Co. Ltd.
New Star Wholesale Inc.
Newlife Ceramics Co. Ltd.
Newtex Industries Ltd.
Nextrade International Ltd.
Niang Tao Asia Export Ltd.
Ningbo Beyond Import and Export Co. Ltd.
Ningbo China-Base Imp. & Exp. Co. Ltd.
Ningbo Epsilon Import & Export Co. Ltd.
Ningbo Everwin International Freight Forwarding Co. Ltd.
Ningbo Ez-Cook Import & Export Co. Ltd.
Ningbo First Rank International Co. Ltd.
Ningbo Future Imp. & Exp. Co. Ltd.
Ningbo Hiking Import & Export Co. Ltd.
Ningbo Hooya Imp & Exp Co. Ltd.
Ningbo Union Fashion Co. Ltd.
Ningbo Youngshiny Imp & Exp Co. Ltd.
Noritex S.A.
Normann Copenhagen
Norpro
Norwood Promotional Products LLC.
Nova Trade (Hong Kong) Ltd.
Number One Wholesale Inc.
Nuova R2S S.P.A.
Ocm International LLC.
Okk Trading Inc.
Omega
Oneida Ltd.
Over And Back LLC.
Pacific Coast Feather Co.
Pacific Toys Inc.
Pacific World Singapore Pte. Ltd.

Padi Americas Inc.
Pamson Pacific Enterprises Corp. Ltd.
Panalpina China Ltd.
Panamerican Marketing & Sales
Pan-Flower Industrial (Hk) Ltd.
Panline Usa Inc.
Paper & Plastic Supply LLC.
Paper Island Ltd.
Paperproducts Design GmbH
Parklink International Ltd.
Party Time Manufacturing Co.
Pax Trading
Perfect Promotional Products LLC.
Performance Food Group
Personality Products Ltd.
Pgs Americas Inc.
Photo USA Electronic Graphic Inc.
Picnic at Ascot Inc.
Pier Alliance Ltd.
Pierson Capital Consultancy (Beijing) Co. Ltd.
Pir Trading Inc.
Place Tile Designs LLC.
Portica GmbH
Portmeirion Group UK Ltd.
Portofino Int'l Trading USA
Poundex Associate Corp.
Premier Merchandises Ltd.
Present Time Inc.
Prestige Trading Corp.
Pretty Ugly LLC.
Price Power Intl Inc.
Princess Worldwide Ltd.
Productos de Botánica
Promocionales Pacifico de México S.A. de C.V.
Proyecta LLC.
Pts America Inc. C/O Pt Sango Ceramics Indonesia
Puleo Asia Ltd.
PWC LLP
Qingdao Huadong International Logistics Co. Ltd.
Qingdao Lifestyle International Co. Ltd.
Qingdao T&A International Co. Ltd.
Qingdao Xuyang Caps Co. Ltd.
Qingdao Yudu Industry Co. Ltd.
Q-Q Toys
Qualita Magnetics Ltd.
Quanzhou Dahe Metal Packing Products Co. Ltd.

R & B Wholesale Distributors Inc.
Racks Inc.
Rich on Inc.
Richmore International (Macao Commercial Offshore) Ltd.
Rico International Trading Ltd.
Rise & Shine (Imp. & Exp.) Co. Ltd.
Rising Technology Group Ltd.
Rnz Imports LLC.
Rock Off Officially Licensed Products
Rosenthal GmbH
Rslee Enterprise Co. Ltd.
S&H International Inc.
S.W. Enterprises Ltd.
S.W. Enterprises the Fine Arts Co. Salomon Wilk
Salov S.P.A.
Salt Creek Inc.
Sams Club
Sanbri S.A. (L' Atelier Du Vin)
Sanming Foreign Trade Development Co. Ltd.
Santa Fe International Imp. & Export. LLC.
Santee Cosmetics USA
Sarina Imports LLC.
Saturday Knight Ltd.
Scp Pool Distributors LLC.
Seek International Trading Ltd.
Segafredo Zanetti S.P.A.
Seido International Ltd.
Sellers Union Co. Ltd.
Seminole Consulting & Marketing Inc.
Sfi- San Francis Import Inc.
Shandong Huantai Zhonghao Foreign Trade Co. Ltd.
Shandong Provincial Huayuan Economic And Trade Co. Ltd.
Shandong Silver Phoenix Co. Ltd.
Shangai Toys Imp And Exp Co. Ltd.
Shanghai Finz Trading Co. Ltd.
Shanghai Freeart Trading Co. Ltd.
Shanghai Unique Imp & Exp Corp. Ltd.
Shanghai Yuhao Household Appliance Manufacturing Co. Ltd.
Shantou Haoye Pottery And Porcelain Co. Ltd.
Shantou N&G Arts Co. Ltd.
Shanxi Beyond Trading Co. Ltd.
Shen Zhen Hang Jin Trade Co. Ltd.
Shenzhen Communion Import And Export Co. Ltd.
Shenzhen Donglin Industry Co. Ltd.
Shenzhen Fairway Fine China Co. Ltd.
Shenzhen Fuxingye Import And Export Co. Ltd.

Shenzhen Gangchangshengtrade Co. Ltd.
Shenzhen Good Beautiful Trade Firm Ltd.
Shenzhen Haigang Dongxing Trading Co. Ltd.
Shenzhen K And L Union Industry Developing Co. Ltd.
Shenzhen Longxing Trading Co. Ltd.
Shenzhen Nanying Trading Co. Ltd.
Shenzhen Newest Industrial Co. Ltd.
Shenzhen Rongshengyuan Trade Co. Ltd.
Shenzhen Shuntongfa Industry Co. Ltd.
Shenzhen Shunyuanfeng Import And Export Co. Ltd.
Shenzhen Tong Fang Jiao Business Co. Ltd.
Shenzhen Universal Industrial Co. Ltd.
Shenzhen Xinrongtong Import And Export Co. Ltd.
Shenzhen Yue Xin Imp & Exp Co. Ltd.
Shenzhen Zhengheyuan Import & Export Co. Ltd.
Shenzhen Zhenhong Porcelain Industrial Co. Ltd.
Shimei International Trading Co. Ltd.
Shoprite Imp. & Exp Co. Ltd.
Shoung Hou Intl Inc.
Shumsky Enterprises Inc.
Sia Distribution SAS
Sigma Aldrich Co.
Signature Housewares Inc.
Siman Trio Trading LLC.
Simdog Inc.
Simple Symbol Ltd.
Simplemente Us Inc.
Sino Houseware Industries Co. Ltd.
Sinoway Manufacture Ltd.
Skinauthority LLC.
Smart Christmas Solutions Ltd.
Source Well Co. Ltd.
Southern Valley Fruit and Vegetable Inc.
Southwest Glassware Co.
Sprayco Inc.
Standard Restaurant Equipment Co.
Staples Promotional Products
Star Ride Kids Inc.
Star Ruby
Starbucks Corp.
Startex Apparel Ltd.
Steelite International PLC
Stefanie Inc.
Stor S.L.
Style Asia Inc.
Suma Logistics LLC.

Sun East Traders LLC.
Sun-Fly International Business Development Ltd.
Sunpoint Import Co. Inc.
Super Nature Inc.
Super Step International Ltd.
Superior Foodservice Inc.
Syracuse China Co.
Sysco Food Services of Arizona Inc.
Sysco Jacksonville Inc.
Sysco San Diego Inc.
T.R. Industries
Table & Co. Ltd.
Tablecraft Products Co.
Tabletops Unlimited Inc.
Taizhou Xinyuan Imp & Exp. Co. Ltd.
Taymark Inc.
Tcb Imports Inc.
Tea Forte
Tea Forte Inc.
Techotronic International Ltd.
Test-Rite International Co. Ltd.
The Bazaar Inc.
The Chinachina Homewares Co. Ltd.
The Fragrance House Inc.
The Hongkong Intrue More Beautiful Gift Co. Ltd.
The In Shenzhen City Reaches The Import And Export Ltd. Co.
The Pampered Chef Ltd.
The Unemployed Philosophers Guild
The Vollrath Co. LLC.
The Wasserstrom Co.
Thelsa International Moving LLC.
Thermos LLC.
Tiger Co. Ltd.
Tj Promotions Corp.
Tmbc LLC.
To Send One Maple Enterprises Inc.
Tognana Usa Inc.
Topchoice Industries Ltd.
Topco Associates LLC.
Topwin Toys Co. Ltd.
Tov Lev Enterprises
Toysmith
Travelers Club Luggage Inc.
Trendco Supply Inc.
Tres Rubios Inc.
Tri-Star

Tristar Distributor Inc.
Tri-Star Manufacturing
Trudeau Corp.
Trueland Industrial Ltd.
U.C.G.C. (Taiwan) Inc.
U.P.D. Inc.
Uline Inc.
Uma Enterprises Inc.
Union Chance Co. Ltd.
Union Source Co. Ltd.
Unique International Co.
Unique Sunglasses & Accesories
Unirex Corp.
Unisia (HK) Co. Ltd.
Unistar (Asia) Ltd.
United Global Gift Corp.
Universal Companies
Universal Warehouse
Uniwold Persada Int'l. Inc.
Update International
Urban Trends Collection
Vernon Sales Inc.
Vertex China
Via Motif International
Villeroy & Boch (Usa) Inc.
Villeroy & Boch Ag.
Villroy & Boch (Usa) Inc.
Vim-Art International Corp.
Vma Brokerage Inc.
V-Tand International Group Ltd.
Waldos Merchandising Services LLC.
Wantech Int'l Corp.
Weiye Ceramics Co. Ltd.
Wellbeing Co. Ltd.
Wellwares (Shijiazhuang) Ltd.
Wendeng Wonder Arts & Crafts Co. Ltd.
Westland Giftware Inc.
Westpex Ltd.
Wil International Co. Ltd.
Williamson Dickie Mfg Co.
Winco Industries Co.
Winda Gifts & Premium Mfy Ltd.
Winko International Products Ltd.
Winmart International Development Ltd.
Winsun Imp And Exp Co. Ltd.
Woody Toys Inc.

World Electronic Corp.
World Tableware Inc.
World Wide Home Products Inc.
Worldwide Home Products Inc.
Wrico Stamping Co.
Wt World Trade Corp.
Wuhan Sanxin Trading Co. Ltd.
Wurth Inter Werbung Gmbh
Xiamen Best-Care International Gift-Land
Xiamen D & F Co. Ltd.
Xiamen Frienda Industry & Trade Co. Ltd.
Xiamen Prosper-Link Import & Export Co. Ltd.
Xiamen Tengfei International Transportation Co. Ltd.
Xinhua Industry Group Co. Ltd.
Xuyang Zhao
Yancheng Foreign Trade Corp. Ltd.
Yanco Melamine Inc.
Yangjiang Huiye Industry & Commerce Co. Ltd. of Guangdong
Yeko Trading Ltd.
Yiwu Amanda Import & Export Co. Ltd.
Yiwu Dongwei Imp & Exp. Co. Ltd.
Yiwu Dongwei Imp. & Exp. Co. Ltd.
Yiwu Hope Import & Export Co. Ltd.
Yiwu Jieda Import & Export Co. Ltd.
Yiwu King International Trading Ltd.
Yiwu Times Import&Export Co. Ltd.
Yiwu Vesub Digital Technology Ltd.
Yiwu Watt Import And Export Co. Ltd.
Yulin Yuzhou Jingtao Porcelain Branch
Yuxunda International Co. Ltd.
Zara Home Espana S.A.
Zaragoza Inc.
Zeal Ceramics Industrial Co. Ltd.
Zeikos Inc.
Zhejiang Menglei Import & Export Co. Ltd.
Zhejiang N.H.C. Trading Co. Ltd.
Zhejiang Yiwu China Small Commodities City Trading Co. Ltd.
Zhejiang Yiwu Small-Commodities City Trading Co. Ltd.
Zhenfeng Ceramics Co. Ltd.
Zhonghuang International Trading Co. Ltd.
Zhongshan Yeshm Commodities Co. Ltd.
Zi Bo Chun Lei International Trade Co. Ltd.
Zibo Fendi International Co. Ltd.
Zibo Greatwall Industry Co. Ltd.
Zibo Jiatai Ceramics Co. Ltd.
Zibo Kangda Ceramic Co. Ltd.

Zibo Km International Trade Co. Ltd.
Zibo Kunyang Ceramic Co. Ltd.
Zibo Lijiang Light Industrial Products Co. Ltd.
Zibo Shuangfeng Ceramics Co. Ltd.
Zibo Smart Rising International Trading Co. Ltd.
Zibo Zhongzi International Economic & Technical Coop. Corp. Ltd.
Zieher Kg.
Zondervan

6. Gobierno

Consejero de Asuntos Económico y Comerciales de la Embajada de China en México

Platón 317

Col. Polanco, C.P. 11560

México, Distrito Federal

E. Prevención

16. El 26 de julio de 2012 la Solicitante respondió la prevención que la Secretaría le formuló mediante oficio del 28 de junio de 2012, de conformidad con los artículos 52 fracción II de la Ley de Comercio Exterior (LCE) y 78 del Reglamento de la Ley de Comercio Exterior (RLCE).

17. El 27 de julio y 7 de agosto de 2012 la Solicitante presentó dos escritos en alcance a la respuesta a la prevención, uno para presentar en forma impresa información presentada únicamente en formato electrónico y otro de fe de erratas respecto a la clasificación de un anexo como confidencial.

F. Argumentos y pruebas

18. Con la finalidad de acreditar la práctica desleal de comercio internacional en su modalidad de discriminación de precios, la Solicitante argumentó lo siguiente:

1. Similitud de producto

A. Cinsa presenta información y datos de la producción nacional de cerámica, y no presenta información relativa a la producción de porcelana, ya que no es productora de ese tipo de mercancía, sin embargo, argumenta que la porcelana es similar a la cerámica en cuanto uso, función y otras características que las hacen ser comercialmente intercambiables y sustitutas. Las vajillas y piezas sueltas de porcelana y de cerámica tienen una posición arancelaria distinta, sin embargo, esto no significa que no sean similares.

2. Discriminación de precios

a. Valor normal

B. China es una economía centralmente planificada tal como se desprende del Informe del Organismo de Examen de las Políticas Comerciales de la Organización Mundial del Comercio (OMC), del 26 de abril de 2010, por lo que Cinsa propone a Colombia como país sustituto de China, de acuerdo a lo siguiente:

- a. Colombia, al igual que China, es un país productor y exportador importante de vajillas de cerámica y porcelana;
- b. China y Colombia tienen niveles de desarrollo económico comparables;
- c. ambos países utilizan los mismos insumos en la fabricación de la mercancía objeto de su solicitud y la tecnología empleada en su fabricación es muy similar;
- d. ambos países tienen disponibilidad de los principales insumos utilizados en la producción de la mercancía objeto de investigación;
- e. en Colombia prevalecen condiciones de economía de mercado, particularmente en el sector del producto objeto de investigación, y
- f. Colombia no está siendo investigada por países miembros de la OMC en materia de dumping o subvenciones, ni tiene medidas antidumping o compensatorias vigentes en relación con el producto objeto de investigación.

b. Precio de exportación

- C. Para acreditar el precio de exportación Cinsa utilizó las estadísticas del Servicio de Administración Tributaria (SAT) de las operaciones de importación efectuadas por las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la TIGIE entre el 1 de enero de 2009 y el 31 de marzo de 2012. Depuró la base de datos para incluir en el cálculo sólo los productos investigados y calculó el precio de exportación promedio ponderado en dólares de Estados Unidos ("dólares") por kilogramo y por pieza, utilizando un factor de conversión.
- D. El valor de la estadística se encuentra a nivel FOB (por las siglas en inglés de Free on Board) puerto chino, por lo que no hay necesidad de ajustarlo por flete marítimo.
- E. En la estadística oficial no es posible observar plazos de pago; sin embargo, se debe ajustar el precio de exportación considerando un plazo de 180 días, que es la política general de los exportadores chinos.

c. Margen de discriminación de precios

- F. El margen de dumping promedio ponderado de la mercancía objeto de investigación es de 231%, realizando el cálculo con base en su peso (kilogramos), y de 193% efectuando el cálculo con base en el número de piezas.
- G. También de manera ilustrativa se realiza un cálculo considerando una comparación por tipo de producto específico, mediante el cual se obtiene un margen de dumping de promedio ponderado de 255% para las importaciones objeto de la solicitud.

3. Daño y causalidad

- H. Las importaciones de vajillas y piezas sueltas de porcelana y de cerámica originarias de China aumentaron durante el periodo comprendido de 2009 a marzo de 2012, tanto en términos absolutos, como en términos relativos.
- I. Durante el periodo de 2009 a marzo de 2012, los precios de las importaciones de dicha mercancía ajustada a nivel Ex fábrica son menores a su valor normal.
- J. Entre 2009 y 2011 las importaciones de la mercancía originaria de China fueron altamente representativas en relación con el total de las importaciones registradas por las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la TIGIE, mismas que observaron una tendencia creciente en relación al mercado y a la producción nacional, lo que se tradujo en una mayor participación de esas importaciones objeto de la solicitud en el mercado nacional.
- K. Las mercancías importadas de origen chino se ofrecieron y comercializaron a precios significativamente inferiores a los de la rama de producción nacional y también por debajo de los precios de las importaciones de otros orígenes, durante el periodo de 2009 a marzo de 2012.
- L. El ingreso a México de las mercancías objeto de la solicitud originarias de China no obedece a factores competitivos, sino a los altos márgenes de dumping en los que incurrir, lo cual constituye la causa de que dichos productos se desplacen y se vendan a muy bajos precios en el mercado nacional.
- M. Los principales indicadores económicos de la rama de producción nacional registraron una tendencia negativa durante el periodo 2009 a marzo de 2012. Los bajos precios de las importaciones de China representan un obstáculo para que los precios de la rama de producción nacional se ajusten, es decir, reflejan una contención de precios que provoca que la producción nacional opere con pérdidas.
- N. Entre 2009 y 2011 la producción nacional orientada al mercado interno cayó 10 puntos porcentuales, mientras la producción china ganó 11 puntos porcentuales dentro del Consumo Nacional Aparente (CNA).
- O. La producción de Cinsa cayó 6.2% en 2010 respecto a 2009 y 7.9% en 2011 en relación con 2010, con lo que acumuló una reducción de 13.6% en el periodo 2009 a 2011.
- P. Las ventas internas de Cinsa cayeron 7.1% en 2010 y 8.2% en 2011, lo que significó una reducción acumulada de 14.8% durante el periodo 2009 a 2011, poniendo en riesgo a la industria ante la presencia de prácticas desleales de comercio internacional.

- Q.** El empleo de la rama de producción nacional se ha reducido durante los últimos años: bajó 8.4% entre 2009 y 2010, y 3.1% en 2011, con lo que acumuló una reducción de 11.2%.
- R.** Los salarios de la rama de producción nacional aumentaron 2.1% en 2010 respecto a 2009, pero cayeron 3% en 2011 respecto a 2010, acumulando una reducción de 1%.
- S.** Se registraron bajos niveles de utilización de la capacidad instalada y una tendencia descendente en el periodo de enero de 2009 a marzo de 2012.
- T.** La productividad de la Solicitante aumentó 2.6% en 2010 y bajó 5.3% en 2011, acumulando una caída de 2.8%.
- U.** Los indicadores financieros de la rama de producción nacional, también muestran un deterioro en el periodo de 2009 a marzo de 2012.
- V.** La mercancía objeto de la solicitud compete en los mismos mercados que el producto similar de fabricación nacional.
- W.** El potencial exportador de China de la mercancía objeto de la solicitud es de tal magnitud que, en las condiciones en que incurren al mercado mexicano, representan una amenaza de daño a la rama de producción nacional. Existen antecedentes de este tipo de prácticas cometidas por exportadores chinos y de los remedios comerciales que han adoptado distintos gobiernos.
- X.** No identifica otros factores de daño que puedan romper con el vínculo causal entre las importaciones en presuntas condiciones de discriminación de precios por parte de las vajillas chinas de cerámica y porcelana, y el daño a la rama de producción nacional de mercancías similares, en virtud de lo siguiente:
 - a.** la actividad exportadora no tiene incidencia significativa sobre la rama de producción nacional. De hecho, la Solicitante no efectuó exportaciones durante el periodo analizado propuesto;
 - b.** las importaciones de la mercancía objeto de investigación son la principal fuente de abastecimiento para el mercado nacional en volúmenes crecientes y a los menores precios en relación con el resto de las importaciones, y
 - c.** durante el periodo de análisis propuesto no se registró una caída en la demanda. Por el contrario, el CNA aumentó 48% entre 2009 y 2011 e, independientemente de ello, la producción nacional, así como las ventas internas de la Solicitante se redujeron significativamente, en tanto que otros países también perdieron participación de mercado, el cual fue ganado por la mercancía china.

19. Cinsa presentó:

- A.** Original y copia simple para su cotejo de la cédula profesional emitida por la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública y de la credencial para votar emitida por el Registro Federal de Electores del Instituto Federal Electoral a favor del representante legal de Cinsa.
- B.** Primer testimonio del instrumento notarial número 586 de 18 de noviembre de 2011, pasado ante la fe del Licenciado Juan Fernando Aguirre Valdés, titular de la Notaría Pública número 21 de Saltillo, Coahuila, mediante el cual acredita la legal existencia de Cinsa, así como las facultades de su representante legal.
- C.** Copia de la página 38 del estudio titulado "Sector Comercial Tiendas de Autoservicio Cuarto Trimestre del 2011" realizado por Infobasic, S.A. de C.V.
- D.** Carta de apoyo a la solicitud firmada por el representante legal de Locería Jalisciense S.A. de C.V. ("Locería Jalisciense").
- E.** Estudio de laboratorio realizado por Gestoría Ambiental y de Riesgos, S.A. de C.V., consistente en un estudio comparativo de cinco vajillas de cerámica y porcelana para uso doméstico ("Estudio de Laboratorio").
- F.** Cartas de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) y de la Sociedad Mexicana de Cerámica Zona Norte A.C. ("Sociedad Mexicana de Cerámica"), relativas a la participación de Cinsa y de los demás productores nacionales en la producción nacional.
- G.** Base de datos que contiene el cálculo de factor de conversión de kilos a piezas.

- H. Base de datos que contiene un listado de los pedimentos utilizados para calcular el factor de conversión de kilogramos a piezas.
- I. Explicación del cálculo del factor de conversión de kilogramos a piezas.
- J. Esquema ilustrativo del proceso de producción de vajillas y piezas sueltas de porcelana y cerámica en Colombia.
- K. Acta fuera de protocolo de fecha 5 de enero de 2011 levantada ante la fe del Licenciado Juan Fernando Aguirre Valdés, Titular de la Notaría Pública número 21 de Saltillo, Coahuila, mediante la cual hace constar que los artículos para el servicio de mesa y cocina de cerámica tipo Stoneware de origen mexicano y chino, así como los de porcelana de origen chino comparten el mismo espacio físico en la tienda de auto servicio "Soriana".
- L. Base de datos que contiene la estadística del SAT respecto de los pedimentos de importación del periodo 2009 a marzo de 2012.
- M. Listado de productos que a criterio de Cinsa se consideran dentro de la cobertura de la mercancía objeto de la investigación.
- N. Documento titulado "JUSTIFICACION DEL VALOR FOB CHINA".
- O. Documento titulado "ANEXO 22 DE LAS REGLAS DE CARACTER GENERAL EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR PARA 2011".
- P. Factura que ampara la compra de mercancía objeto de la solicitud emitida a favor de Cinsa por una empresa de origen chino con su respectivo pedimento.
- Q. Base de datos que contiene la descripción de diversos artículos de porcelana y cerámica.
- R. Hoja de trabajo que contiene cálculos de margen de dumping.
- S. Examen de las Políticas Comerciales de China elaborado por la OMC el 26 de abril de 2010.
- T. Versión pública de los hechos esenciales del examen quinquenal de los derechos antidumping impuestos a las importaciones de vajillas y piezas sueltas de loza y porcelana originarias de China, emitidos por el Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo de Colombia en abril de 2011.
- U. Informe de Gestión de la empresa Locería Colombiana S.A. ("Locería Colombiana" o "Vajillas Corona") para los años 2010 y 2011.
- V. Informe del Banco Mundial que contiene datos sobre la clasificación de las economías de los países, tomando como base el ingreso nacional bruto per cápita, obtenido de la página de Internet <http://datos.bancomundial.org/quienes-somos/clasificacion-paises>.
- W. Informe del Banco Mundial sobre la clasificación de los países según su ingreso per cápita obtenido de la página de Internet data.worldbank.org/indicador/NY.GNP.PCAP.CD.
- X. Informe del examen de las Políticas Comerciales de Colombia elaborado por la OMC.
- Y. Lista de precios de Locería Colombiana en Colombia.
- Z. Correo electrónico entre funcionario de Cinsa y funcionario de una empresa colombiana en el que se consignan diversos ajustes en el mercado interno de Colombia y se detallan las materias primas utilizadas para la fabricación de vajillas en dicho país.
- AA. "Reporte de la Industria de la Cerámica en China en 2010 y 2011", elaborado por la empresa consultora Research In China.
- BB. Tasa de cambio del peso colombiano con respecto al dólar.
- CC. Hoja de cálculo que contiene, entre otra información, valores y volúmenes para diferentes tipos de vajillas, y ajustes para cálculo de márgenes de dumping que se obtuvo de la muestra de pedimentos actualizada para el periodo abril de 2011 a marzo de 2012.
- DD. Tabla de equivalencias de productos de porcelana.
- EE. Base de datos que contiene las importaciones del producto objeto de la solicitud provenientes de China y de "otros países" para el periodo 2009 a marzo de 2012, la participación en el CNA del producto objeto de la solicitud en relación con China y "otros países", así como la subvaloración de precios del producto objeto de la solicitud; todo lo anterior, en piezas y kilogramos, respectivamente.

- FF.** Base de datos que contiene el precio de las importaciones de vajillas y piezas sueltas de cerámica y porcelana provenientes de diversos países, y la subvaloración del mismo en relación con China para el periodo de enero a diciembre de 2011.
- GG.** Indicadores económicos y financieros de Cinsa "División Manufactura" para el periodo 2009 a marzo de 2012, y de Cinsa y subsidiarias para el periodo 2009 a 2011.
- HH.** Papeles de trabajo, indicadores de valor y bases de datos para el factor de conversión de producto nacional.
- II.** Estados financieros con el Informe de los Auditores Independientes de las siguientes empresas y años: Cinsa (2009 y 2008, 2010 y 2009 y, 2011 y 2010); Cinsa y subsidiarias (2009 y 2008, 2010 y 2009 y, 2011 y 2010); Cinsa Santa Anita en Casa, S.A. de C.V. ("Santa Anita") (2011 y 2010, 2010 y 2009 y, 2009 y 2008); Cerámica Cersa, S.A. de C.V. ("Cersa") (2010 y 2009, 2009 y 2008 y, 2011 y 2010); y Cinsa-Enasa Productos Para el Hogar, S.A. de C.V. ("Enasa") (2009 y 2008, 2010 y 2009, y 2011 y 2010).
- JJ.** Comentarios y argumentos sobre la actualización de la información presentada en el desahogo a la prevención.
- KK.** Copia simple del título que ampara la propiedad de acciones de Cinsa a favor de Grupo Industrial Saltillo, S.A.B. de C.V.
- LL.** Copia simple del título que ampara la propiedad de acciones de Enasa a favor de Cinsa.
- MM.** Copia simple del título que ampara la propiedad de acciones de Cersa a favor de Ingis S.A. de C.V.
- NN.** Copia simple del título que ampara la propiedad de acciones de Cinsa y Santa Anita a favor de Cinsa.
- OO.** Archivo electrónico denominado "Anexo P10.BM.DATOS.TRAD. VUNICA.webarchive".
- PP.** Currículum vitae del autor del Estudio de Laboratorio relacionado en el inciso E anterior.
- QQ.** Lista de clientes de la empresa Gestoría Ambiental y de Riesgos, S.A. de C.V.
- RR.** Impresión de la Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-2004, en relación con la información comercial-etiquetado general de productos.
- SS.** Listado de transacciones de importación de vajillas, a decir de Cinsa, obtenido de su sistema contable, en el que se observan los siguientes rubros: proveedor, fecha de factura, número de factura, moneda, valor "Dls", fecha pago, términos y plazo real de pago, así como el promedio ponderado del producto objeto de investigación.
- TT.** Base de datos titulada "Principales exportadores mundiales 69120001" y "Principales exportadores mundiales 69111001", la cual se refiere a los países exportadores de la mercancía objeto de la solicitud en el periodo 2006 a 2011, cuya fuente es "COMTRADE".
- UU.** Base de datos que contiene la información sobre el ingreso nacional bruto per cápita para los años 2002 a 2011 cuya fuente es el Banco Mundial.
- VV.** Correos electrónicos entre funcionario de Cinsa y funcionario de una empresa colombiana en los que Cinsa solicita a esta última la descripción del proceso de producción en Colombia y en China, así como la respuesta a tal petición.
- WW.** Dirección electrónica a través de la cual se puede consultar un video de Vajillas Corona: <http://www.youtube.com/watch?v=0UKuJMnHdoM&feature=plcp>, acompañada de un documento titulado "Traducción del Inglés al español de la narración del proceso productivo de Vajillas Corona".
- XX.** Documento titulado "Características del proceso productivo, la tecnología empleada, el transporte y la comercialización (Incluir diagrama ilustrativo)".
- YY.** Diagrama de flujo del proceso productivo de la empresa Up-Triangle Internacional, acompañado de fotografías que ilustran las fases del proceso de producción en China.
- ZZ.** Información sobre la distribución de los componentes dentro del costo de fabricación de los productos cerámicos, el cual contiene los siguientes rubros: componentes del costo, cantidad empleada en kilogramos, costo unitario total de producción en pesos y la estructura porcentual.

- AAA.** Documento titulado "Anuncio de inicio de un procedimiento antidumping relativo a las importaciones de artículos de cerámica para el servicio de mesa o cocina originarios de la República Popular de China", emitido por la Comisión Europea, y publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea del 16 de febrero de 2012.
- BBB.** Documento titulado "Se fijan para las operaciones de exportación hacia la República Argentina del conjunto de piezas que conforman la vajilla, piezas sueltas de vajilla y juegos de mesa de té y de café y accesorios y demás artículos para uso doméstico y/o institucional higiene o tocador de porcelana y cerámica, un valor mínimo FOB provisional a las originarias de la República Popular China", emitido por el Ministerio de Producción de la República de Argentina el 18 de septiembre de 2009.
- CCC.** Tablas que contienen el peso en kilogramos de varios productos elaborados por Locería Colombiana de las líneas "Caribe", "Capullo", "Elisa", "Baru", "Americana" y "Actualite".
- DDD.** Correo electrónico entre funcionario de Cinsa y funcionario de una empresa colombiana mediante el cual este último proporciona la información relativa a la rotación de cartera en Colombia.
- EEE.** Cálculos de margen de dumping de productos de cerámica y porcelana en kilogramo y piezas, respectivamente, para el periodo de enero a diciembre de 2011.
- FFF.** Especificaciones y precios de productos de porcelana y cerámica para efecto del cálculo de ajustes y obtención del valor normal de los mismos.
- GGG.** Base de datos con información de las operaciones de importación de productos de porcelana y cerámica, mediante la cual Cinsa realiza el cálculo del precio de exportación, cuya fuente es la base de datos proporcionada por el SAT.
- HHH.** Balance general y estado de resultados de Cinsa para los periodos de marzo de 2011 y 2012.
- III.** Presentación de fecha 18 de abril de 2012, titulada "Hogar Resultados Consolidados Marzo 2012" en relación con Cinsa y sus subsidiarias Enasa, Santa Anita y Cersa.
- JJJ.** Base de datos que contiene el estado de costos, ventas y utilidades de la mercancía nacional para el periodo 2009 a marzo de 2012.
- KKK.** Base de datos que contiene el estado de costos, ventas y utilidades de las importaciones para el periodo 2009 a marzo de 2012.
- LLL.** Base de datos que contiene los indicadores económicos y financieros del mercado nacional y de la empresa Cinsa, en relación con la mercancía de producción nacional a aquella que es objeto de la solicitud, para el periodo 2009 a marzo de 2012, en kilogramos y piezas, respectivamente.
- MMM.** Base de datos que contiene indicadores de Cinsa (valores y precios) en relación con la mercancía de producción nacional a aquella que es objeto de la solicitud, para el periodo 2009 a marzo del 2012.
- NNN.** Base de datos que contiene las ventas anuales (2009 a 2012) totales por cliente, incluyendo las ventas de producto nacional a través de la Planta Cerámica Manufactura, y las ventas de producto importado a través de "Cerámica Outsourcing" y "Porcelana Outsourcing".
- OOO.** Base de datos que contiene las ventas totales por cliente del primer trimestre de 2009, 2010, 2011 y 2012, incluyendo las ventas de producto nacional a través de la Planta Cerámica Manufactura, y las ventas de producto importado a través de "Cerámica Outsourcing" y "Porcelana Outsourcing".
- PPP.** Documento titulado "Anexo 5 Capacidad Instalada Anual de la Empresa- Metodología", mediante el cual se explica la metodología para obtener la capacidad instalada de la Solicitante.
- QQQ.** Base de datos que contiene información sobre la exportación de productos de porcelana y cerámica.
- RRR.** Impresión de comunicaciones vía correo electrónico entre un funcionario de Cinsa y un funcionario de una empresa colombiana en el que intercambian información relacionada con modelos, precios y pesos en kilogramos de diversos productos producidos por esta última.
- SSS.** Impresión de comunicaciones vía correo electrónico entre un funcionario de Cinsa y un funcionario de una empresa colombiana mediante el cual se proporciona información relacionada con políticas de venta y con ciertos productos manufacturados por esta última.
- TTT.** Base de datos con descripción de varios productos que, a decir de Cinsa, no serían objeto de investigación.

CONSIDERANDOS**A. Competencia**

20. La Secretaría es competente para emitir la presente Resolución, conforme a lo dispuesto en los artículos 16 y 34 fracciones V y XXXI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1, 2 y 16 fracciones I y V del Reglamento Interior de la Secretaría; 5 del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (el "Acuerdo Antidumping"); y 5 fracción VII y 52 fracciones I y II de la LCE.

B. Legislación aplicable

21. Para efectos de este procedimiento son aplicables el Acuerdo Antidumping, la LCE, el RLCE, el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento, el Código Federal de Procedimientos Civiles y la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo, estos cuatro últimos de aplicación supletoria.

C. Protección de la información confidencial

22. La Secretaría no puede revelar públicamente la información confidencial que las partes interesadas le presenten, ni la información confidencial que ella misma se allegue, de conformidad con los artículos 6.5 del Acuerdo Antidumping, 80 de la LCE, 152 y 158 del RLCE. No obstante, las partes interesadas podrán obtener el acceso a la información confidencial, siempre y cuando satisfagan los requisitos establecidos en los artículos 159 y 160 del RLCE.

D. Legitimidad procesal

23. De conformidad con el punto 88 de la presente Resolución, la Secretaría determina que la Solicitante está legitimada para solicitar el inicio de la investigación conforme a los artículos 5.4 del Acuerdo Antidumping y 50 de la LCE.

E. Periodo investigado y analizado

24. La Solicitante propuso como periodo investigado el comprendido de enero a diciembre de 2011; y como periodo de análisis de daño el comprendido de enero de 2009 a diciembre de 2011.

25. Con fundamento en el artículo 76 del RLCE y de acuerdo con la recomendación del Comité de Prácticas Antidumping de la OMC (documento G/ADP/6 adoptado el 5 de mayo de 2000) que precisa que el periodo de recopilación de datos debe ser normalmente de 12 meses y terminar lo más cercano posible a la fecha de inicio de la investigación, la Secretaría, dentro de la prevención a que se refiere el punto 16 de la presente Resolución solicitó a Cinsa actualizar la información presentada al 31 de marzo de 2012. Por lo anterior, se establece como periodo investigado el comprendido del 1 de abril de 2011 al 31 de marzo de 2012 y como periodo de análisis de daño el comprendido del 1 de enero de 2009 al 31 de marzo de 2012, los cuales fueron utilizados para el análisis de la solicitud.

F. Información desestimada

26. Con fundamento en el artículo 54 de la LCE la Secretaría determinó no considerar las fotos de los platos contenidas en el Estudio de Laboratorio, toda vez que Cinsa no presentó su impresión para la versión pública conforme a lo requerido; e incluso, contrario a lo que se desprende del contenido del expediente administrativo, Cinsa manifestó en su respuesta a la prevención que "el Anexo II del Formulario no aludió ni presentó dentro del estudio o anexo a él "fotos de los platos cuya impresión requiere la autoridad".

G. Análisis de discriminación de precios

27. Cinsa aclaró que no produce vajillas y piezas sueltas de vajillas de porcelana, no obstante, indicó que los artículos de porcelana son similares a los de cerámica tal como se indica en los puntos 65 a 70 de la presente Resolución.

28. Debido a que las importaciones objeto de la presente investigación son originarias de un país que se considera tiene una economía centralmente planificada, la Solicitante presentó también un análisis de similitud de las vajillas producidas y vendidas en Colombia (país que propuso como sustituto de China) con aquellas que se importan de China el cual consta en el Estudio de Laboratorio.

29. Con base en lo anterior, Cinsa presentó la información que se describe en los puntos subsecuentes, a fin de demostrar que las importaciones del producto investigado, originarias de China, se realizan en condiciones de discriminación de precios.

1. Precio de exportación

a. Cálculo del precio de exportación

30. Para acreditar el precio de exportación, Cinsa proporcionó el listado de pedimentos de importación para cada una de las fracciones arancelarias por las que ingresa la mercancía investigada. Las operaciones corresponden al periodo de abril de 2011 a marzo de 2012 y las obtuvo de las estadísticas oficiales del SAT a través de la CANACINTRA. En el listado se reporta el número del pedimento de importación, el valor en dólares, el volumen en kilogramos, la empresa importadora, la descripción de la mercancía, el país de origen y el tipo de cambio, entre otras columnas. Cinsa depuró este listado. Lo separó en dos bases de datos que son el punto de partida para la depuración que hizo Cinsa: "Sí" y "No". Sin embargo, la Secretaría observó que existen artículos en la base de datos "Sí" que también se encuentran en la base de datos "No" y viceversa. La Secretaría determinó que no es apropiado emplear esta información.

31. En esta etapa de la investigación, la Secretaría calculó el precio de exportación a partir de la base de datos del listado de los pedimentos de importación que reporta la Dirección General de Comercio Exterior de esta Secretaría (SIC-MEX), únicamente excluyó los artículos de higiene o de tocador, debido a que éstos no corresponden a la mercancía objeto de investigación, ya que no se utilizan para el servicio de mesa ni para contener alimentos.

32. Asimismo, la Secretaría eliminó las operaciones de importación que Cinsa realizó durante el periodo de abril de 2011 a marzo de 2012, por las razones que se indican en los puntos 83 al 87 de la presente Resolución.

33. Cinsa identificó que los artículos que se importaron en el periodo de abril de 2011 a marzo de 2012 con volúmenes más altos corresponden a vajillas, platos, tazas y tarros. La Secretaría verificó estos volúmenes en el listado de pedimentos de importación del SIC-MEX y corroboró el argumento de la Solicitante.

34. A partir de la descripción de la mercancía que se incluye en la base de datos del SIC-MEX, en el caso de las vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, que se clasifican en la fracción 6912.00.01, la Secretaría calculó el precio de exportación en dólares por kilogramo para diez artículos cuyo volumen importado fue el más alto, los cuales se refieren a vajillas de dieciséis y veinte piezas, tazas, tarros, plato hondo, plato postre, platón (plano y ensaladero), bandeja, ensaladera y tazón.

35. Para el caso de los artículos que se clasifican en la fracción arancelaria 6911.10.01, el precio de exportación se calculó en dólares por kilogramo para los 7 artículos con mayor participación en el volumen importado, tales como: tazas, plato hondo, platón (plano y ensaladero), plato postre, plato pastel, tarro y tazón. La participación del volumen de esos artículos en el volumen total del producto investigado que ingresan por esas dos fracciones arancelarias es de aproximadamente 39%.

36. Con fundamento en los artículos 39 y 40 del RLCE, la Secretaría calculó el precio de exportación promedio ponderado en dólares por kilogramo para los tipos de producto que se indica en los puntos 34 y 35 de la presente Resolución. La ponderación refiere la participación del volumen de cada artículo en el volumen total importado.

b. Ajustes al precio de exportación

37. Cinsa explicó que el valor de las importaciones que proporcionó para el cálculo del precio de exportación se encuentra a nivel FOB, por lo que no procede ajustar el precio de exportación por flete y seguro marítimo. Únicamente propuso ajustar por crédito.

38. Sin embargo, la Secretaría utilizó las estadísticas de importación del SIC-MEX. Los términos de venta de estas operaciones se encuentran a nivel Costo, Seguro y Flete (CIF, por las siglas en inglés de Cost, Insurance and Freight), es decir, procede realizar un ajuste por seguro y flete marítimo. Sin embargo, en esta etapa de la investigación, la Secretaría no cuenta con la información que le permita ajustar el precio de exportación a fin de llevarlo a nivel Ex fábrica. En todo caso, utilizar el precio de exportación a nivel CIF resulta un precio conservador.

i. Ajuste por crédito

39. Para documentar el ajuste por crédito, Cinsa proporcionó un listado de sus operaciones de importación de vajillas originarias de China que obtuvo de su sistema contable. Con esta información, obtuvo el plazo de pago a partir de la diferencia de días entre la fecha de pago y la fecha de factura. Con respecto de la tasa de interés, utilizó la tasa de interés preferencial promedio anual de la Reserva Federal para el periodo investigado, que publica el Banco de México, en su página de Internet <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&idCuadro=C134§or=18&locale=es>. Para obtener el monto del ajuste, multiplicó el precio por el cociente que resulta de dividir la tasa de interés de 3.25% entre 360 días, por el plazo de pago.

40. La Secretaría revisó la información y las fuentes que la Solicitante presentó y aceptó ajustar el precio de exportación por crédito, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 2.4, 5.2 y 5.3 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE, 53, 54 y 75, fracción XI del RLCE.

2. Valor normal

41. Cinsa argumentó que China continúa siendo una economía centralmente planificada. Precisó que, a la luz del Informe del Organismo de Examen de las Políticas Comerciales de la OMC relativo al examen de China, se desprende que el gobierno de China mantiene el control e intervención en insumos como el petróleo, el gas y la electricidad, entre otros. En lo que respecta a la libre convertibilidad de la moneda, se aprecia que el gobierno de China opera bajo un régimen controlado de las divisas y que la moneda no es objeto de libre comercio a nivel internacional, por lo que no opera en condiciones de economía de mercado.

42. Cinsa agregó que, conforme al Acuerdo por el que se da a conocer el Protocolo de Adhesión de China a la OMC (el "Protocolo de Adhesión"), publicado en el Diario Oficial de la Federación ("DOF") el 15 de agosto de 2007, en particular en el punto 15, inciso a) sección ii) dispone que, para determinar la comparabilidad de los precios, de conformidad con el Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 y el Acuerdo Antidumping, los países miembros de la OMC podrán utilizar una metodología que no se base en una comparación estricta con los precios internos o los costos de China, si los productores investigados no pueden demostrar claramente que prevalecen, en la rama de producción que elabora las mercancías investigadas, las condiciones de una economía de mercado, en lo que respecta a la producción y venta de tales mercancías.

43. Cinsa argumentó que el artículo 33 de la LCE prevé que, cuando se trate de importaciones originarias de un país con economía centralmente planificada, se tomará como valor normal el precio de la mercancía idéntica o similar en un tercer país con economía de mercado, que pueda ser considerado sustituto.

44. El párrafo 15 a) ii) del Protocolo de Adhesión establece que los países miembros de la OMC podrán utilizar una metodología que no se base en una comparación estricta con los precios internos o los costos de China, si los productores investigados no pueden demostrar claramente que prevalecen, en la rama de producción que elabora las mercancías investigadas, las condiciones de una economía de mercado, en lo que respecta a la producción y venta de tales mercancías. Conforme a los artículos 33 de la LCE y 48 del RLCE, la metodología que aplicará en el presente caso es la de país sustituto y evaluará la propuesta que realizó la Solicitante.

a. Selección del país sustituto

45. El segundo párrafo del artículo 48 del RLCE dispone que por país sustituto se entenderá un tercer país con economía de mercado similar al país exportador con economía centralmente planificada. La similitud entre el país sustituto y el país exportador se definirá de manera razonable, de tal modo que el valor normal en el país exportador, en ausencia de una economía planificada, pueda aproximarse sobre la base del precio interno en el país sustituto.

46. Cinsa propuso a Colombia como país sustituto de China para efectos del cálculo del valor normal de la mercancía objeto de investigación. Para justificar que Colombia es el país sustituto razonable, proporcionó los siguientes argumentos y pruebas, que razonablemente tuvo a su alcance:

- a. Colombia, al igual que China, es un país productor y exportador de vajillas de cerámica y porcelana. Proporcionó la versión pública del documento "Hechos Esenciales del Examen Quinquenal de los Derechos Antidumping Impuestos a las Importaciones de Vajillas y Piezas Sueltas de Loza y Porcelana Originarias de la República Popular China", que en abril de 2011, elaboró la Subdirección de Prácticas Comerciales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. En este documento se indica que la empresa Locería Colombiana, principal fabricante de vajillas de loza y porcelana, representa más del 90% de la producción en el mercado colombiano;
- b. para acreditar que Colombia al igual que China es un país exportador de vajillas de porcelana y cerámica, Cinsa proporcionó el documento "Informe de Gestión 2010" obtenido de la página de Internet <http://www.corona.com.co/loceria/LC%20IG%202010.pdf>, en el que destaca que en 2010, las ventas de Colombia al exterior representaron el 29%. Adicionalmente, Cinsa presentó las estadísticas sobre el valor y el volumen exportado de vajillas de porcelana y cerámica de los principales países a nivel mundial, que obtuvo del sistema de estadísticas del COMTRADE para 2010, en donde se observa que China ocupa el primer lugar como exportador de los dos tipos de vajillas y Colombia en el décimo en porcelana y el séptimo en cerámica, al excluir los países desarrollados;

- c. con respecto al proceso productivo en la fabricación de las vajillas, Cinsa indicó que existe similitud entre China y Colombia. En ambos países los procesos productivos son manuales y semiautomatizados, tal como se refiere en los puntos 13 y 14 de la presente Resolución. Para Colombia proporcionó un diagrama de flujo del proceso y un video ubicado en la página de Internet de YouTube (<http://www.youtube.com/watch?v=0UKuJMnHdoM&feature=plcp>), en el que se describe de manera general la fabricación de vajillas. Para China incluyó un diagrama de flujo y fotografías de cada una de las etapas del proceso que utiliza la empresa china, Up-Triangle International y un documento titulado “Reporte de la Industria Cerámica en China, 2010-2011”, en el que se aprecia el proceso productivo de productos de cerámica;
- d. Cinsa proporcionó información para demostrar que Colombia cuenta con un nivel de desarrollo económico similar al de China. De acuerdo con datos del Banco Mundial en su página de Internet <http://datos.bancomundial.org/quienes-somos/clasificacion-paises>, se observa que, con base en el Ingreso Nacional Bruto per cápita, cada economía se clasifica según su nivel de ingreso, bajo, medio (que se subdivide en medio bajo y medio alto) o alto. Los datos a 2011, arrojan que Colombia y China se encuentran dentro del nivel económico medio alto (upper-middle-income economies);
- e. ambos países utilizan los mismos insumos en la fabricación de la mercancía objeto de su solicitud y la tecnología empleada en su fabricación es muy similar;
- f. en lo que se refiere a la disponibilidad de los principales insumos utilizados en la fabricación de la mercancía investigada, Cinsa indicó que ambos países tienen disponibilidad de los insumos en su mercado interno. Cinsa documentó su argumento con base en un correo electrónico enviado por el responsable de Planeación Financiera de Locería Colombiana, de fecha 21 de diciembre de 2011. Para China, proporcionó copia del documento “Reporte de la Industria Cerámica en China, 2010-2011”, en donde se destacan los principales insumos utilizados en la fabricación de productos cerámicos;
- g. Cinsa argumentó que en el sector del producto investigado de Colombia prevalecen las condiciones de economía de mercado. El gobierno no interfiere en la determinación de los precios por medio del otorgamiento de subsidios, controles de precios y participación de la propiedad estatal en las empresas productoras de la mercancía investigada ni por ningún otro medio. En particular, agregó que Locería Colombiana es una empresa con capital privado que no recibe subsidios y en la que el gobierno no tiene ninguna injerencia en la determinación de los precios. Exhibió copia del documento “Examen de Políticas Comerciales realizado por el Organismo de Examen de las Políticas Comerciales de la OMC WT/TPR/S/172/Rev.1”, de fecha 18 de octubre de 2006, en donde se observa que no existe interferencia en precios o subsidios por parte del gobierno colombiano en la producción de vajillas. La Secretaría se allegó de este informe actualizado al periodo investigado;
- h. para demostrar que Colombia no está investigado por países miembros de la OMC en materia de dumping o subvenciones ni tiene medidas antidumping o compensatorias vigentes en relación con la mercancía objeto de investigación, Cinsa proporcionó la publicación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del gobierno de Colombia disponible en la página de Internet <https://www.mincomercio.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=12075>, donde se observa que Colombia no está investigado por países miembros de la OMC en materia de dumping o subvenciones ni tiene medidas antidumping o compensatorias vigentes, y
- i. para demostrar que las vajillas y piezas sueltas de vajillas de porcelana y cerámica de origen chino son comparables con las que se fabrican en Colombia, proporcionó el Estudio de Laboratorio que se indica en el punto 66 de la presente Resolución, del que se concluye que tanto las vajillas colombianas como las chinas tienen características físicas en común, tales como resistencia al choque térmico, al impacto y a detergentes.

47. Adicionalmente, Cinsa argumentó que es una práctica común la conducta de discriminación de precios de China en sus exportaciones de vajillas. Puntualizó que países como Colombia, la Unión Europea y Argentina, han impuesto derechos antidumping sobre esta mercancía, para demostrarlo, proporcionó:

- a. la versión pública de los “Hechos Esenciales del Examen Quinquenal de los Derechos Antidumping Impuestos a las Importaciones de Vajillas y Piezas Sueltas de Loza y Porcelana Originarias de la República Popular China”, de abril de 2011, que publicó la Subdirección de Prácticas Comerciales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia;

- b. Resolución de inicio del procedimiento antidumping en contra de las importaciones de artículos de cerámica para el servicio de mesa originarias de China del 16 de febrero de 2012, publicada por la Comisión Europea, y
- c. la resolución del 24 de septiembre de 2009 mediante la cual el gobierno de Argentina a través del Ministerio de Producción, impuso medidas definitivas sobre piezas que conforman una vajilla, piezas sueltas de vajillas, juegos de mesa y de té y de café, accesorios y demás artículos para uso doméstico y/o institucional, de higiene o de tocador de porcelana y cerámica, originarias de China.

48. A partir de la información y pruebas que Cinsa aportó, mismos que se señalan en los puntos 46 y 47 de la presente Resolución, y de conformidad con los artículos 5.2 y 5.3 del Acuerdo Antidumping, 33 de LCE y 48 y 75 fracción XI del RLCE, la Secretaría considera que Colombia es el país sustituto razonable para efectos del cálculo del valor normal de la mercancía investigada, por las siguientes razones:

- a. Colombia es uno de los principales países productores y exportadores de vajillas y piezas sueltas de vajillas de porcelana y cerámica;
 - b. el desarrollo económico de Colombia es similar al de China;
 - c. existe similitud en el proceso productivo que es manual y semiautomatizado;
 - d. Colombia cuenta con disponibilidad de los principales insumos, produce el 80% de ellos en su mercado interno, y
 - e. Colombia tiene una economía de mercado y no parece enfrentar distorsiones comerciales, por ejemplo, porque otorgue subsidios a los productos en cuestión.
- b. Precios en el mercado interno del país sustituto

49. Para acreditar el valor normal en el mercado doméstico de Colombia, Cinsa presentó referencias de precios con base en una lista de precios que emitió Locería Colombiana, principal empresa productora de vajillas y piezas sueltas de vajillas de porcelana y cerámica en Colombia. Los precios se encuentran vigentes a partir de enero de 2011 por lo que corresponden al periodo de abril 2011 a marzo de 2012.

50. Señaló que los precios de lista proceden de la principal empresa productora colombiana, misma que tiene una participación de más del 90% de la producción de vajillas en el mercado colombiano, tal y como se mencionó en el punto 46, inciso a de la presente Resolución, por lo que se consideran representativos.

51. La lista corresponde a precios de venta al público para vajillas y piezas sueltas de vajillas de porcelana y cerámica por código de producto, modelo y categoría. Los precios se desglosan en vajillas de diferentes posiciones y en piezas sueltas, así como complementos de vajillas.

52. Cinsa explicó que con la finalidad de establecer una comparación adecuada entre la mercancía que exportó China a México con la que se vende en el mercado colombiano, consideró como base las características de las vajillas chinas y solicitó al departamento técnico de la empresa colombiana que identificara en su lista de precios las que más se asemejan a los productos chinos. El departamento técnico determinó que los artículos comparables en Colombia con los chinos corresponden a los que se clasifican dentro de la "gama económica", cuyos precios de venta son los más bajos. Consideró dos modelos de esta gama para las vajillas y piezas sueltas de cerámica y un modelo para las de porcelana.

53. Para efectos de la comparación de los precios de artículos cerámicos, la Secretaría identificó en la lista de precios de Locería Colombiana ocho precios de artículos idénticos y dos similares a los que se indican en el punto 34 de la presente Resolución. Para los artículos de porcelana, se identificaron cinco precios idénticos y dos similares a los que se refiere el punto 35 de la presente Resolución.

54. Los precios de lista están expresados en pesos colombianos por pieza. Para convertirlos a dólares, Cinsa obtuvo el tipo de cambio de esa moneda con respecto al dólar con base en las estadísticas que publica el Banco de Colombia en su página de Internet <http://www.banrep.gov.co>.

55. A fin de convertir los precios a dólares por kilogramo, Cinsa aplicó el peso neto por pieza, que proporcionó para varios artículos entre los que se encuentran los que más se importaron a México en el periodo que comprende de abril de 2011 a marzo de 2012. El peso para cada pieza lo obtuvo directamente del sistema contable de Locería Colombiana.

56. La Secretaría calculó un valor normal promedio simple en dólares por kilogramo, para cada uno de los artículos de porcelana y cerámica que se indican en el punto 53 de la presente Resolución, a partir de la información que Cinsa aportó, de conformidad con el artículo 39 del RLCE.

c. Ajustes a los precios en el mercado interno del país sustituto

57. Los precios de lista se encuentran a nivel comercial bodega del cliente. A fin de llevarlos a nivel Ex fábrica, Cinsa propuso ajustarlos por flete terrestre y por crédito. Los precios también incluyen algunos descuentos, por lo que, indicó, deben ajustarse. Con base en información sobre la política de ventas y descuentos que aplica Locería Colombiana, se precisa que en la mayoría de las facturas de venta se aplica un descuento al distribuidor a todas las líneas y otro descuento adicional que otorgan por la exclusividad de la marca.

58. Sobre los descuentos, Cinsa propuso aplicar únicamente el ajuste por el descuento sobre exclusividad de la marca; sin embargo, la Secretaría considera que el ajuste por descuento al distribuidor también es aplicable conforme al artículo 51 del RLCE.

i. Flete interno

59. Con base en la política de ventas de Locería Colombiana, que se indica en el punto 57 de la presente Resolución, se especifica una tasa porcentual por concepto de flete que se aplica a las ventas al público. Cinsa aplicó este porcentaje a los precios de las mercancías objeto de investigación en el mercado colombiano.

ii. Crédito

60. Cinsa indicó que conforme a la política sobre las condiciones de pago de Locería Colombiana, los plazos se negocian según cada cliente, pero que en términos generales, la rotación de cartera nacional es de 55 días. Aplicaron la tasa de interés sobre los pasivos a corto plazo de Locería Colombiana. Para obtener el monto del ajuste, multiplicaron los precios por el cociente que resulta de dividir la tasa de interés entre 360 días, por el plazo de financiamiento.

iii. Descuentos

61. Cinsa aplicó el porcentaje de descuento más alto que por exclusividad de la marca Locería Colombiana otorga a sus clientes. En lo que respecta al descuento al distribuidor, la Secretaría también aplicó el porcentaje más alto.

62. De conformidad con los artículos 2.4 del Acuerdo Antidumping, 36 de la LCE y 53 y 54 del RLCE, la Secretaría determinó ajustar el valor normal por cada uno de los conceptos propuestos por Cinsa más el ajuste por descuentos al distribuidor, con base en la información que aportó esta empresa.

3. Margen de discriminación de precios

63. De conformidad con los artículos 2.1 del Acuerdo Antidumping, 30 de la LCE, 38 del RLCE, la Secretaría comparó el valor normal que se determinó conforme a la metodología e información que se describe en los puntos 49 al 62 de la presente Resolución con el precio de exportación que se indica en los puntos 31 al 39 de la presente Resolución, y determinó que existen indicios suficientes para presumir que las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas objeto de la presente investigación, que ingresaron por las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la TIGIE, originarias de China, se realizaron con un margen de discriminación de precios superior al de minimis en el periodo comprendido entre el 1 de abril de 2011 y el 31 de marzo de 2012.

H. Análisis de daño y causalidad**1. Similitud del producto**

64. Cinsa señaló que los productos investigados importados de China y de producción nacional son mercancías similares debido a que ambos se elaboran con los mismos insumos, sus procesos productivos son similares, tienen el mismo uso, cumplen la misma función y se comercializan en los mismos puntos de venta.

a. Características físicas, especificaciones técnicas y composición química

65. Cinsa indicó que los materiales, tamaños, formaciones, diseños (aun cuando pudieran tener diferencias), acabado, empaques, características físicas y químicas, de las vajillas importadas de China y las fabricadas en México son similares. Manifestó que si bien no es productora de vajillas y piezas de vajilla del tipo de cerámica considerada como porcelana, éstas son similares en cuanto a uso y características, que las hacen ser comercialmente intercambiables y sustitutas del producto nacional.

66. Con base en el Estudio de Laboratorio comparativo de vajillas, los términos “cerámica” y “porcelana” se usan indistintamente para significar que son utensilios para contener y guardar alimentos, fabricados por cocción de horno, de materiales inertes como arcillas y fundentes. En dicho estudio se presenta un análisis de las características y composición de las vajillas de China y de fabricación nacional.

Tabla 2: Características químicas del producto nacional e investigado

Producto	Porcentajes ^{1/}			
	Oxido de Silicio (SiO ₂) + Oxido de Aluminio (Al ₂ O ₃)	Oxido de Calcio (CaO) + Oxido de Magnesio (MgO)	Oxido de Sodio (Na ₂ O) + Oxido de Potasio (K ₂ O)	Oxido de Hierro (Fe ₂ O ₃)
Producto nacional (Cerámica) Marca Santa Anita Modelo “Eden Garden” Compatible con lavavajillas, hornos convencionales y microondas.	93.94	0.56	3.72	0.97
Producto de China (Porcelana) Marca Gibson Modelo “Bariloche” Compatible con lavavajillas, hornos convencionales y microondas.	95.05	0.79	3.47	0.48
Producto de China (Porcelana) Marca Gibson Modelo “Emma Bloom” Compatible con lavavajillas, hornos convencionales y microondas.	94.80	0.92	3.46	0.43
Producto de China (Cerámica) Marca Home Gallery Modelo “Classics” Compatible con lavavajillas, hornos convencionales y microondas.	95.04	0.68	3.56	0.41

Fuente: Respuesta a formulario, con base en “Estudio de Laboratorio” de la consultora Gestoría Ambiental y de Riesgos, S.A. de C.V.

^{1/} Significa el porcentaje en peso obtenido de la pieza completa.

67. De acuerdo con el Estudio de Laboratorio, los porcentajes de los óxidos de silicio y de aluminio son muy parecidos en las cuatro marcas estudiadas, lo que significa que se trata de piezas con características químicas iguales. La suma de los óxidos de calcio y de magnesio también se encuentra en niveles similares, al igual que los óxidos de sodio y potasio. En cuanto al óxido de hierro del producto nacional, se encuentra dos veces por arriba de los productos chinos, lo que puede provocar una ligera coloración crema en la pieza ya quemada, lo cual se evita controlando la condiciones del horno de quemado. El Estudio de Laboratorio también concluyó que existen otros componentes minoritarios que no juegan un papel importante en las propiedades del producto.

68. Por lo que se refiere a las características físicas, el Estudio de Laboratorio señalado arrojó los siguientes resultados.

Tabla 3: Características físicas del producto nacional e investigado

Características ^{1/}	Nacional	China		
	Santa Anita (Cerámica)	Gibson Bariloche (Porcelana)	Gibson Emma Bloom (Porcelana)	Home Gallery (Cerámica)
Absorción de agua (%) ASTM: C 373-88	0.35	0.01	0.02	0.02
Choque Térmico (\square T°C) ASTM: C 554-88	180	190	170	200
Despostillado al borde * (lbf/in2) ASTM: C 368-88	2,460	6,260	1,546	3,614
Ruptura por impacto al centro * (lbf) ASTM: C 368-88	14	16	16	18
Resistencia a detergentes (ciclos lavavajillas) ASTM: C 556-88	10,000	10,000	4,000	4,000
Ataque ácido ASTM: C 650-83	pasa	Pasa	Pasa	Pasa
Ataque alcalino ASTM: C 650-83	pasa	Pasa	Pasa	Pasa

Fuente: Respuesta a formulario, con base en "Estudio de Laboratorio" de la consultora Gestoría Ambiental y de Riesgos, S.A. de C.V.

^{1/} Significa el porcentaje en peso ganado.

(\square T°C); Significa el diferencial de temperatura tolerado.

* lbf/in2 = libras fuerzas por pulgada cuadrada.

* lbf=libras fuerza.

La resistencia a detergentes se evalúa en el área decorada sobre el esmalte.

69. De acuerdo con los productos identificados en la Tabla 2 y los resultados descritos en la Tabla 3, el Estudio de Laboratorio reveló que la absorción de agua en el producto nacional y chino se encuentra por debajo del 2%; la resistencia al choque térmico resulta igual en ambos productos; la resistencia al despostillamiento es mayor en la marca Gibson Bariloche, seguida de Home Gallery, luego Santa Anita y por último Gibson Emma Bloom; la resistencia al impacto resulta parecida en todas las marcas; la resistencia a detergentes sólo la pasan Santa Anita y Gibson Bariloche, mientras que Gibson Emma Bloom y Home Gallery no resultan aceptables; finalmente todas las marcas resultaron aceptables en la prueba de ataques por ácidos y alcalinos.

70. De acuerdo con los resultados del Estudio de Laboratorio, la Secretaría consideró que las vajillas originarias de China y las de producción nacional presentan características químicas muy parecidas y las características físicas pueden variar de un productor a otro; sin embargo dichas variantes no comprometen la similitud entre los productos, independientemente si se define a la vajilla como de "cerámica" o de "porcelana". Además, todas las vajillas resultaron compatibles para su uso en lavavajillas, hornos convencionales y microondas.

b. Proceso productivo

71. Cinsa señaló que los insumos y proceso de fabricación del producto investigado descrito en los puntos 13 y 14 de la presente Resolución son similares a los del producto nacional, los cuales son:

- a.** insumos: caolines, arcillas, feldspatos, sílica, alumina, dolomita, óxido de estaño, carbonato de bario, óxido de zinc, opacificante, carbonato de calcio, talco, wallostonita, esmaltes, tintas y calcomanías, y
- b.** proceso productivo: mezcla, filtrado y extracción del material, formación de la pieza, esmaltado, cocción, decorado, cocción, empacado y almacén.

c. Usos y funciones

72. De acuerdo con lo descrito en el punto 11 de la presente Resolución, el producto objeto de investigación y el de producción nacional son bienes de uso final que se utilizan principalmente en el servicio de mesa para contener alimentos y bebidas, y de manera secundaria como elementos decorativos.

73. Con base en lo descrito en el punto 12 de la presente Resolución, las vajillas y piezas sueltas de vajillas de producción nacional también se pueden consumir en dos líneas de uso: línea doméstica, en donde los consumidores las usan en los hogares; y en la línea institucional en hoteles, restaurantes y cafeterías.

74. Cinsa indicó que en la línea doméstica el consumidor adquiere sus productos en tiendas de autoservicio, tiendas departamentales, venta por catálogo, ferias, aboneros o cristalerías. Estos detallistas compran sus productos a manufactureros nacionales, importadores, o incluso ellos importan directamente; aunque en algunos casos entre éstos hay un mayorista o medio-mayorista. En la línea institucional se adquiere la mercancía de proveedores especializados en este canal que compran sus productos a manufactureros nacionales, importadores o ellos importan directamente.

d. Consumidores y canales de distribución

75. La Solicitante señaló que gran parte de las importaciones de China se efectúan a través de cadenas de autoservicios o mayoristas. Indicó que cuatro de los mayores importadores son cadenas de autoservicio y clubes de precio que tienen cobertura nacional.

76. Cinsa señaló que las vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica y porcelana se destinan al uso doméstico e institucional. También indicó que los canales de distribución del producto nacional e importado de China son esencialmente los mismos y abarcan todo el país, sólo cambia la mezcla, ya que el producto chino generalmente se vende menos en el mercado institucional y está más dirigido a la línea doméstica. En particular, los canales a través de los cuales se distribuye el producto similar e investigado tienen las siguientes características:

- a.** Autoservicio: Es el canal más informado y el que tiene mayor perspectiva de crecimiento, cuentan con sus propios departamentos de importaciones con personal destinado a buscar nuevos productos y a precios muy competitivos;
- b.** Mayoristas: Este canal es de los más grandes a nivel nacional. Abarca a cristaleros, vendedores en tianguis, aboneros, etc., concentra la venta en el segmento de bajo poder adquisitivo. Aproximadamente el 50% importa productos de china a bajo costo para temporadas importantes;
- c.** Institucional: Este canal se enfoca directamente a hoteles, restaurantes y cafeterías, manejando principalmente vajillas y piezas sueltas, y
- d.** Venta directa: Los fabricantes o comercializadores realizan ventas especiales. Como parte de su promoción se entregan vajillas como premio a su fuerza de ventas o a clientes que compran cierta cantidad de producto. Se está volviendo común ver vajillas de marcas importadas en autoservicios y tiendas de prestigio que se ofrecen como regalo.

77. Para acreditar que el producto nacional se encuentra en los mismos puntos de venta, Cinsa proporcionó una fe de hechos del 5 de enero de 2012 donde se señala que en una tienda de autoservicio se encuentran localizadas en el mismo departamento de artículos para el servicio de mesa y cocina, el producto objeto de la investigación y el de producción nacional. No obstante, como se indica en el punto 86 de esta Resolución, la Secretaría identificó clientes de la Solicitante que también realizaron importaciones, entre ellas, se encuentran tiendas de autoservicio.

e. Conclusión

78. A partir de los resultados que se describen en los puntos 4 a 14 y 64 a 77 de la presente Resolución, existen elementos que permiten considerar de manera inicial que las vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica (incluye las de porcelana) importadas de China y de fabricación nacional, son productos similares al contar con características y composición semejantes, utilizan los mismos insumos y proceso productivo en su fabricación, así como los mismos canales, atienden los mismos mercados geográficos y consumidores, lo que les permite cumplir 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 del RLCE.

2. Representatividad de la rama de la producción nacional

79. Conforme a los artículos 4.1 y 5.4 del Acuerdo Antidumping, 40 y 50 de la LCE y 60, 61 y 62 del RLCE, la Secretaría identificó a la rama de la producción nacional como al conjunto de fabricantes del producto similar al investigado, cuya producción agregada constituya la totalidad o, al menos, una proporción importante de la producción nacional total de dichos productos, tomando en cuenta si éstas son importadoras de los productos objeto de su solicitud o si existen elementos para presumir que se encuentran vinculadas con importadoras o exportadoras del mismo.

80. Cinsa indicó que representa el 66% de la producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica. Indicó que existen otros productores nacionales: Fábrica de Loza El Anfora, S.A. de C.V. (27%), Locería Jalisciense (2%), y otros que en conjunto representaron el (5%) de la producción nacional.

81. De acuerdo con las cartas de la CANACINTRA del 14 de noviembre de 2011 y de la Sociedad Mexicana de Cerámica del 28 de septiembre de 2011, la Secretaría observó que Cinsa representó el 66% de la producción nacional de vajilla y pieza suelta de cerámica en 2011. Por otra parte, Cinsa también presentó una carta de Locería Jalisciense del 11 de noviembre de 2011 donde manifestó su apoyo a la solicitud de investigación antidumping en contra de las importaciones de vajillas y piezas sueltas importadas de China.

82. De acuerdo con la información proporcionada por Cinsa, CANACINTRA y la Sociedad Mexicana de Cerámica, la producción nacional de vajillas y piezas sueltas de cerámica se encuentra conformada como se indica en la Tabla 4. De manera inicial, la Secretaría estimó la producción nacional a partir de la información proporcionada de las fuentes señaladas.

Tabla 4: Producción nacional

Empresa	Participación	Posición
CINSA, S.A. de C.V.	66%	Solicitante
Locería Jalisciense, S.A. de C.V.	2%	Apoya
Fábrica de Loza El Anfora	27%	N.D.
Otros	5%	N.D.
Total	100%	

Fuente: Respuesta al formulario de Cinsa.

N.D. No disponible.

83. Cinsa indicó que realizó importaciones del producto investigado, de lo cual, no debe derivarse que haya perdido su carácter o interés jurídico ni económico como productor nacional. Señaló que importó el producto investigado con el propósito de minimizar sus pérdidas, mantener la viabilidad del negocio y atender los canales de distribución que, en otras circunstancias, se verían perdidos de manera sistemática y permanente.

84. Cinsa señaló que por las circunstancias antes indicadas sus importaciones no pueden ser causa del daño alegado, sino consecuencia de las condiciones de competencia causadas por las mercancías originarias de China. Indicó que sus importaciones representaron en promedio 5% del total importado de China en el periodo 2009 a 2011, en tanto que en 2011 representaron el 3%. Señaló que también realizó importaciones de otros países que representaron menos del 1% en relación con las importaciones totales en el periodo analizado. También indicó que las importaciones del producto investigado mantuvieron su tendencia creciente aun sin considerar las importaciones realizadas por Cinsa y la pérdida de mercado nacional es sustancial ante la importante presencia del producto investigado.

85. De acuerdo con la información del SIC-MEX, se observó que en el transcurso del periodo analizado Cinsa redujo sus compras de producto chino al pasar de participaciones en el volumen total de China del 3, 8 y 3% en 2009, 2010 y 2011, respectivamente, a ser nulas en el primer trimestre de 2012. Por otra parte, las importaciones de China (sin considerar las realizadas por la Solicitante) mantuvieron un comportamiento creciente tanto en términos absolutos como en relación con el CNA en el periodo analizado.

86. Con base en las ventas al mercado interno por cliente proporcionadas por Cinsa y la base de pedimentos de importación señalada en el punto anterior, la Secretaría observó que la Solicitante disminuyó sus ventas a diecisiete de sus clientes. Estos clientes realizaron importaciones del producto investigado con tasas crecientes durante todo el periodo analizado. Cabe señalar que las importaciones realizadas por dichos clientes representaron alrededor de diez veces el volumen de sus compras de producto nacional.

87. Con base en lo descrito en los puntos anteriores, la Secretaría consideró de manera inicial que las importaciones de Cinsa no explican el crecimiento absoluto y relativo -con respecto al CNA- de las importaciones originarias de China y que éstas no son la causa del daño alegado.

88. Con base en lo señalado en los puntos 79 a 87 de la presente Resolución la Secretaría consideró que Cinsa es representativa de la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas para el servicio de mesa de cerámica, es decir, que se satisfacen los requisitos establecidos en los artículos 4.1 y 5.4 del Acuerdo Antidumping, 40 y 50 de la LCE, así como 60, 61 y 62 del RLCE.

3. Mercado internacional

89. Con base en estadísticas de COMTRADE, Cinsa señaló que China exporta vajillas a más de un centenar de países. Indicó que dentro de los países exportadores destaca ampliamente China con una participación de 72% del volumen mundial en 2010, lo que significa aproximadamente 2.6 millones de toneladas. Señaló que de 2008 a 2010 el volumen de las exportaciones chinas aumentó 11%.

90. De acuerdo con estadísticas del Trade Map (Trade statistics for international business development), China es el principal exportador de vajillas y piezas sueltas con el 23% de las exportaciones totales en 2011, le siguen Alemania con 4%; Reino Unido, Francia, Portugal y Tailandia con 2% cada uno. China incrementó sus exportaciones 40% en el periodo de 2009 a 2011.

91. De acuerdo con la fuente señalada, Estados Unidos es el principal importador con el 9% de las importaciones mundiales en 2011; le siguen Alemania (4%), Reino Unido y Francia (3% cada uno), Japón, Italia, Rusia y Canadá (2% cada uno). Estos países incrementaron sus importaciones en el periodo 2009 a 2011: Estados Unidos (32%), Alemania (24%), Reino Unido (23%), Francia (9%), Japón (28%), Italia (3%), Rusia (112%) y Canadá (22%).

92. Cinsa señaló que la presente investigación debe verse en un contexto donde las prácticas de discriminación de precios por parte de China no han desaparecido en el tiempo, y que se pueden ver como una conducta reiterada y habitual. Manifestó que la eliminación de las cuotas compensatorias de abril de 2007 que mantenía México, no obedeció a la desaparición de la práctica desleal.

93. Cinsa indicó que a nivel mundial existen antecedentes de las prácticas desleales de exportadores chinos de vajillas y piezas sueltas. Señaló que en relación con el producto objeto de investigación, Ecuador inició un procedimiento de salvaguarda y la Unión Europea un antidumping, en tanto que Argentina y Colombia han impuesto medidas antidumping a mercancías similares:

- a.** de acuerdo con el Diario Oficial de la Unión Europea del 16 de febrero de 2012, la Comisión Europea publicó el inicio la investigación antidumping en contra de las importaciones de artículos de mesa y cocina de cerámica originarios de China. La Comisión indicó que publicará su determinación final dentro de los 15 meses a partir de la publicación del inicio;
- b.** el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones de Ecuador, mediante la Resolución 455, y sesión del Consejo del 6 de noviembre de 2008, señala la existencia una desorganización de mercado por las importaciones de vajillas originarias de China que causa daño a la producción nacional de productos similares de Ecuador;
- c.** mediante la resolución 385/2009 del 18 de septiembre de 2009, el Ministerio de Producción de Argentina, fijó a las importaciones de piezas que conforman una vajilla, piezas sueltas de vajilla y juegos de mesa, de té, de café, accesorios y demás artículos para uso doméstico y/o institucional, higiene o tocador de porcelana y cerámica, originarios de China, un monto de 4.65 dólares de los Estados Unidos por kilogramo por un plazo de 5 años, y
- d.** de acuerdo a la Resolución 342 del 16 de junio de 2011, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, ratificó los derechos antidumping a las importaciones de vajillas y piezas sueltas de loza (1.71 dls/Kg) y porcelana (2.88 dls/Kg) originarias de China. Estos derechos estarán vigentes por un periodo de 3 años.

94. Lo descrito en los puntos anteriores muestra que China es el principal exportador del producto objeto de investigación. También se observó que no solamente ha incurrido en prácticas desleales en México sino en otros países como Argentina y Colombia.

4. Mercado nacional

95. El consumo nacional, medido por el CNA (producción nacional, más importaciones, menos exportaciones) se incrementó 49% en 2010, para 2011 se mantuvo prácticamente constante. El primer trimestre de 2012 con respecto al mismo periodo anterior se incrementó 9%. A diferencia del comportamiento del CNA, la producción nacional disminuyó 6 y 8% en 2010 y 2011, respectivamente. En el primer trimestre de 2012 mostró una recuperación de 36%.

96. Las exportaciones de la industria se incrementaron 7% en 2010 con una disminución de 2% en 2011. Para el primer trimestre de 2012 mostraron una recuperación de 2%.

97. Las importaciones totales se incrementaron 64% en 2010 y 1% en 2011. En el primer trimestre de 2012 el incremento fue de 4%.

5. Determinación sobre la existencia de daño y causalidad

98. Con fundamento en los artículos 3 del Acuerdo Antidumping, 41 de la LCE y 64 del RLCE, la Secretaría analizó los argumentos y pruebas que presentó Cinsa a fin de determinar si existen elementos suficientes de que las importaciones de vajillas y piezas sueltas de cerámica y porcelana originarias de China en supuestas condiciones de dumping causarían daño a la rama de producción nacional de productos similares. Esta evaluación comprende un examen sobre:

- a. el volumen de las importaciones objeto del presunto dumping y su efecto sobre los precios de productos similares nacionales, y
- b. la repercusión de esas importaciones en los indicadores de la rama de producción nacional de los productos similares.

99. Para la presente etapa se analiza el comportamiento de los indicadores a partir de datos anuales de 2009 a 2011, así como el primer trimestre de 2011 y 2012. El comportamiento de los indicadores en un determinado año o periodo se analizó, salvo indicación en contrario, con respecto al mismo periodo del año inmediato anterior. Asimismo, cuando la Secretaría se refiera a las importaciones investigadas, éstas serán únicamente las de China sin considerar las realizadas por Cinsa, salvo indicación en contrario.

100. El análisis de daño de los indicadores económicos y financieros versará sobre la información proporcionada por Cinsa, ya que con base en lo descrito en el punto 88 de la presente Resolución se le consideró representativa de la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas de cerámica. Es importante mencionar que, si bien la Solicitante presentó la solicitud por daño o amenaza de daño, en esta etapa la información que proporcionó se centró fundamentalmente en la primera figura de daño.

a. Importaciones objeto de dumping

101. De conformidad con los artículos 3.1 y 3.2 del Acuerdo Antidumping, 41 de la LCE y 64 del RLCE, la Secretaría analizó si las importaciones objeto de investigación registraron un aumento significativo, en términos absolutos o en relación con la producción o el consumo interno.

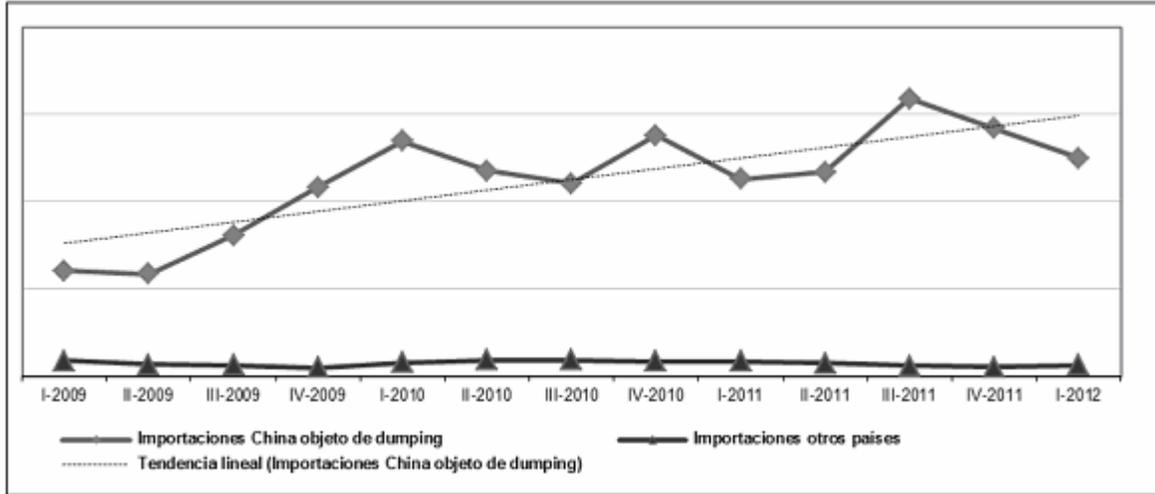
102. Cinsa señaló que las importaciones investigadas siguieron una tendencia creciente, tanto en términos absolutos como en relación con el mercado y la producción nacional. Indicó que las importaciones de China, aun sin considerar sus propias adquisiciones, registraron un comportamiento creciente.

103. La Solicitante indicó que a partir de la descripción de producto del listado de pedimentos de importación del SAT identificó operaciones de producto no investigado, clasificado en las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 del periodo enero 2009 a marzo 2012. De la descripción de la base de datos proporcionada por Cinsa, la Secretaría observó que parte de dichos productos corresponden al "servicio de mesa" y el resto a productos de tocador.

104. Con base en información de SIC-MEX, la Secretaría identificó únicamente las operaciones de productos que no se utilizan para el servicio de mesa y que, como consecuencia, no corresponden con la descripción del producto investigado. Así, los siguientes productos fueron excluidos de los cálculos de los volúmenes importados: juego de accesorios para baño, dispensador de jabón, dispensador de cerámica para jabón, juego para baño, artículos de higiene y tocador de porcelana (despachador de jabón, vaso y jabonera), jaboneras para baño de cerámica, juego de porta cepillos, jabonera y dispensador de loción, juego de porta cepillos, jabonera, dispensador de loción, tazón de cerámica para tocador, juego de tazón de cerámica con gel para baño, crema corporal y sales para tina. Como ya se mencionó, una característica particular de estos productos es que no se utilizan en el servicio de mesa; sin embargo, se trata de operaciones marginales dado que representaron menos del 0.004% de las importaciones totales (China y otros países) en el periodo de enero 2009 a marzo 2012.

105. La Secretaría observó que las importaciones totales se incrementaron 64% en 2010 y 1% en 2011, para el primer trimestre de 2012 el incremento fue de 4%. Este comportamiento creciente de las importaciones se explica principalmente por las importaciones de China, ya que representaron el 90% del volumen de las importaciones totales en el periodo analizado (con las importaciones de Cinsa la participación sería de 94%). Las importaciones de otros países se incrementaron 27% en 2010 pero en 2011 registraron una caída de 20%. Para el primer trimestre de 2012 crecieron 2%. Véase la Gráfica 1.

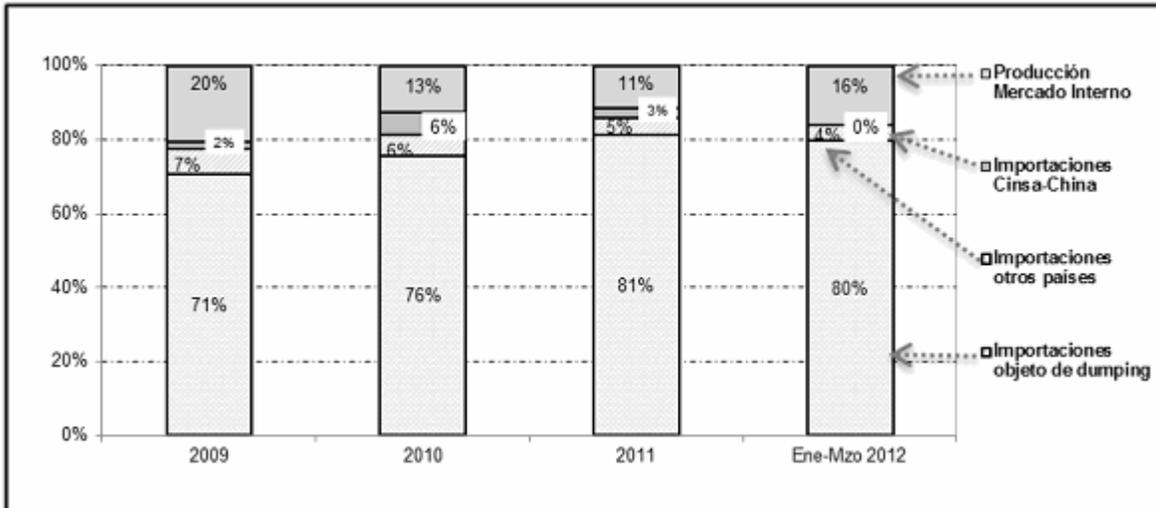
Gráfica 1: Importaciones objeto de dumping y de otros países



Fuente: Información de SIC-MEX.

106. Las importaciones originarias de China -objeto de dumping- incrementaron 59% en 2010 y 7% en 2011. Para el primer trimestre de 2012 el crecimiento fue de 10%. En relación con el CNA, las importaciones objeto de dumping incrementaron su participación 11 puntos porcentuales al pasar de 71% en 2009 al 81% en 2011. En el primer trimestre de 2012 registraron una participación de 80%. Véase la Gráfica 2.

Gráfica 2: Participación en el CNA



Fuente: Listado de pedimentos de importación de la Secretaría y Cinsa.

107. Las importaciones objeto de dumping se ubicaron por arriba de la producción nacional en el periodo analizado a una tasa creciente: pasaron de ser 3 veces mayores que la producción nacional en 2009, a ser 5, 6 y 4 veces mayores en 2010, 2011 y el primer trimestre de 2012, respectivamente.

108. De acuerdo con los puntos 98 a 107 de esta Resolución, la Secretaría consideró que existen indicios que permiten presumir que las importaciones investigadas de China objeto de dumping incrementaron en términos absolutos y en relación con el consumo y la producción nacional.

b. Efectos sobre los precios

109. De conformidad con los artículos 3.2 del Acuerdo Antidumping, 41 de la LCE y 64 del RLCE, la Secretaría analizó el efecto de las importaciones objeto de dumping sobre los precios, esto es, si hubo una significativa subvaloración de precios de las importaciones investigadas respecto al precio del producto similar, o bien, si tales importaciones impidieron la subida o hicieron bajar de otro modo los precios.

110. Cinsa señaló que debido al dumping, las importaciones chinas se comercializaron a precios significativamente inferiores a los precios y costos de producción nacionales y de las importaciones de otros países. Indicó que los precios del producto chino se ubicaron en niveles de subvaloración de hasta 24% con respecto a los precios nacionales y un margen de discriminación de precios estimado de 204%. Indicó que si la mercancía objeto de la investigación procedente de China se importara sin incurrir en dumping, sus precios se situarían por arriba de los costos y precios nacionales, dándole oportunidad a la industria nacional de recuperar costos, y tener utilidades razonables y viabilidad operativa de largo plazo, dada la contención de precios y pérdidas que ocasiona la subvaloración de dichas importaciones.

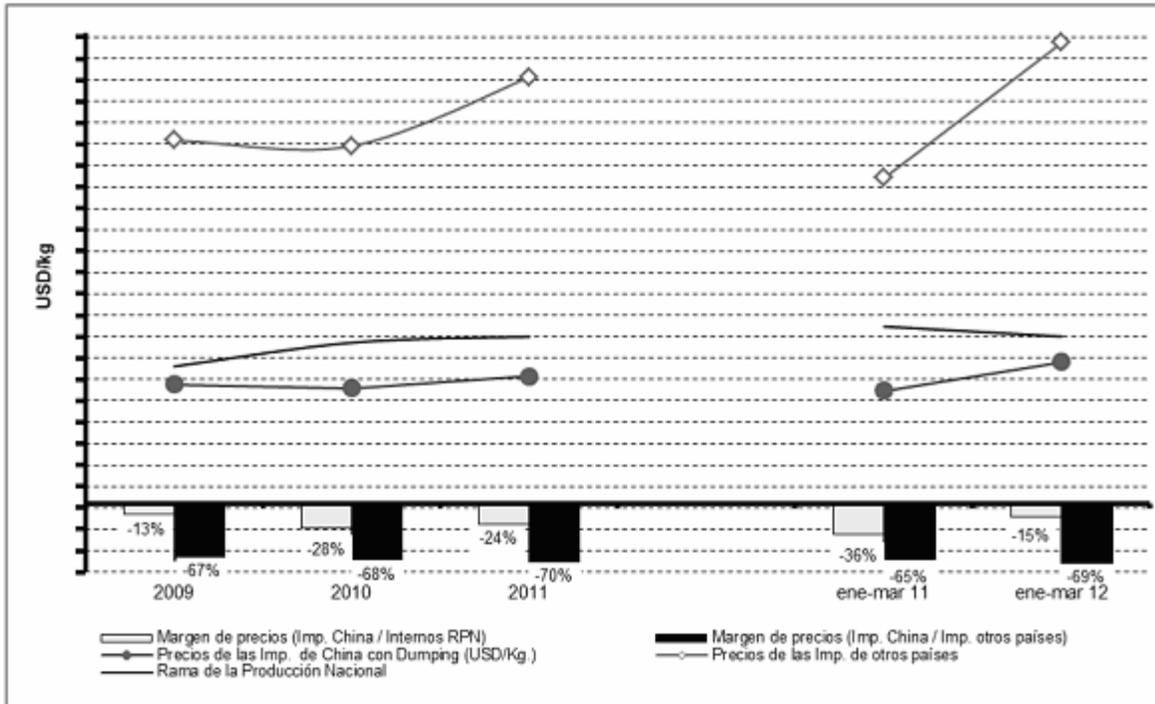
111. La Secretaría obtuvo los precios de las importaciones investigadas de acuerdo con lo señalado en el punto 104 de la presente Resolución. El precio promedio de las importaciones de otros países disminuyó 0.3% en 2010 mientras que en 2011 se incrementaron 20%. En el primer trimestre de 2012 el precio incrementó 39%.

112. El precio promedio de las importaciones objeto de dumping aumentó 1, 10 y 26% en 2010, 2011 y el primer trimestre de 2012. En 2010 y 2011 el precio promedio de producto nacional aumentó 17 y 4%, pero disminuyó 6% en el primer trimestre de 2012.

113. La Secretaría observó que si bien el precio de las importaciones objeto de dumping registró un comportamiento creciente, ello tiene lugar en un contexto de niveles significativos de subvaloración con respecto al precio nacional y el precio de otros orígenes. Para comparar el precio FOB planta del producto nacional con el precio de las importaciones objeto de dumping, a este último se agregó el arancel (20% en 2009, y 15% en 2010, 2011 y 2012), gastos de agente aduanal y derechos de trámite aduanero.

114. El precio de las importaciones objeto de dumping se ubicó por debajo del producto nacional en 13, 28, 24 y 15% en 2009, 2010, 2011 y el primer trimestre de 2012, respectivamente. En relación a las importaciones de otros países, se ubicaron a niveles aún mayores de subvaloración: 67, 68, 70, y 69% en los mismos periodos. Véase la Gráfica 3.

Gráfica 3. Precios de importaciones objeto de dumping vs nacional y otros países



Fuente: Listado de pedimentos de importación de la Secretaría y Cinsa.

115. De acuerdo con los puntos 109 a 114 de la presente Resolución, la Secretaría considera de manera inicial, que las importaciones objeto de dumping se llevaron a cabo con niveles significativos de subvaloración con respecto a los precios nacionales y a otras fuentes de abastecimiento. Este bajo nivel de precios podría estar asociado a las prácticas de dumping cuyos indicios quedaron establecidos en los puntos 27 a 63 de la presente Resolución, un elevado crecimiento en el volumen de importación y una participación creciente de éstas en el mercado nacional.

c. Efectos sobre la producción nacional

116. Con fundamento en los artículos 3.1, 3.2, 3.4 y 3.5 del Acuerdo Antidumping, 41 de la LCE y 64 del RLCE, la Secretaría evaluó los posibles efectos de las importaciones objeto de la solicitud sobre la rama de producción nacional de los productos similares a los investigados.

117. Cinsa señaló que los resultados económicos y financieros de la rama de producción nacional registraron una tendencia negativa durante el periodo analizado ante la creciente importación de vajillas y piezas sueltas de cerámica y porcelana originarias de China a precios dumping: pérdida de participación de mercado, caída en las ventas y producción nacional orientada al mercado interno.

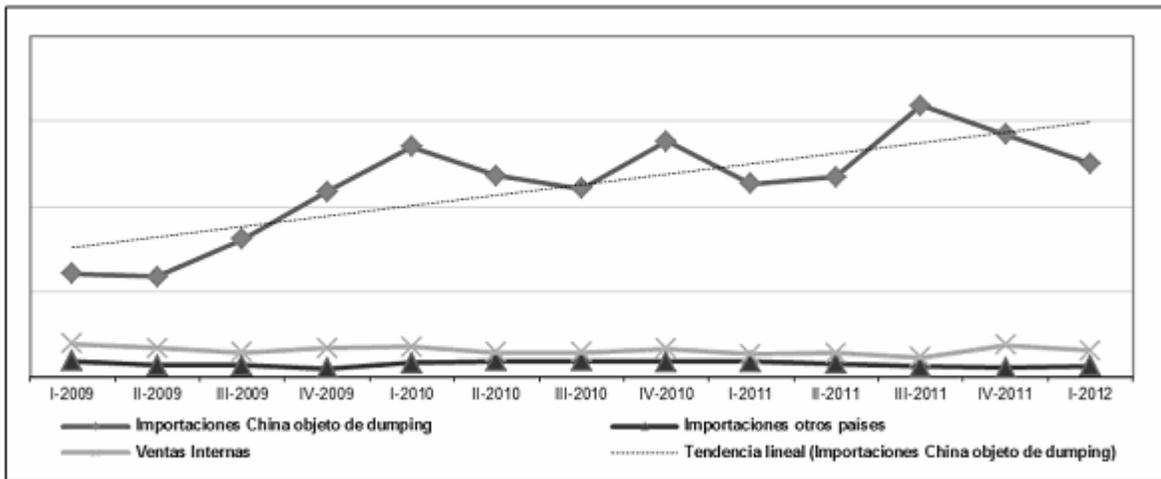
118. Cinsa indicó que los resultados adversos en sus indicadores están relacionados con las prácticas de discriminación de precios de China y que aun sin considerar sus propias importaciones, las tendencias adversas y pérdidas de ventas potenciales se mantienen.

119. La Secretaría observó que el CNA aumentó 49% en 2010 pero se mantuvo sin cambio en 2011. En el primer trimestre de 2012 se incrementó 9%. Por el contrario, la producción nacional orientada al mercado interno disminuyó 9% en 2010 y 2011. En el primer trimestre de 2012 en relación al mismo periodo de 2011 aumentó 44% aunque en relación al primer trimestre de 2010 registró una disminución de 2%.

120. La diferencia en el crecimiento entre el CNA y la producción nacional orientada al mercado interno implicó una disminución de la participación en el CNA de esta última durante el periodo analizado, al pasar del 20% en 2009, al 13 y 11% en 2010 y 2011, respectivamente. En el primer trimestre de 2012 registró una participación de 16%.

121. Las ventas al mercado interno disminuyeron 7 y 8% en 2010 y 2011, respectivamente. En el primer trimestre de 2012 en relación al mismo trimestre de 2011 aumentaron 17% pero en relación a 2010 presentan una reducción de 11%. Los inventarios se incrementaron a lo largo del periodo analizado, 12% en 2010 y 2011 y 38% en el primer trimestre de 2012.

Gráfica 4: Importaciones objeto de dumping vs. ventas internas



Fuente: Listado de pedimentos de importación de la Secretaría y Cinsa.

122. El empleo cayó 8 y 3% en 2010 y 2011 con una recuperación en el primer trimestre de 2012 de 14%. Por su parte, la productividad aumentó 2% en 2010, pero se redujo 5% en 2011 para volver a incrementarse 19% en el primer trimestre de 2012 con respecto al mismo periodo de 2011.

123. Los salarios aumentaron 9% en 2010, sin embargo, registraron un comportamiento negativo en 2011 y el primer trimestre de 2012 al disminuir 1%. Si bien la productividad aumentó hacia el final del periodo, ello no se reflejó en los salarios.

124. La capacidad instalada se mantuvo constante a lo largo del periodo analizado, sin embargo, su utilización mantuvo bajos niveles de operación al situarse en 17, 16, 15 y 19% en 2009, 2010, 2011 y el primer trimestre de 2012, respectivamente.

125. La Secretaría examinó la situación financiera de la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas (Cinsa) y el estado de costos, ventas y utilidades de producción nacional. Los resultados operativos de la rama de producción nacional fueron negativos durante el periodo analizado: en 2010 disminuyeron 15% debido a que los ingresos por ventas y los costos de operación cayeron 3 y 4% respectivamente, por lo que el margen operativo aumentó 1 punto porcentual al pasar de 8% negativo a 7% negativo.

126. En 2011 los resultados operativos negativos aumentaron 79% debido a que los ingresos por ventas y los costos de operación disminuyeron 10 y 4% respectivamente, por lo que el margen operativo cayó 7 puntos porcentuales al pasar de 7% negativo a 14% negativo. En lo que refiere al primer trimestre de 2012 los resultados operativos negativos disminuyeron 10% debido a que los ingresos por ventas y los costos de operación aumentaron 15 y 10% respectivamente. El margen operativo aumentó 5 puntos porcentuales al pasar de 24% negativo a 19% negativo.

127. De 2009 a 2011 los beneficios operativos del producto nacional registraron un comportamiento negativo debido a la baja de los ingresos y volumen de ventas internas, ya que el volumen disminuyó 7 y 8% en 2010 y 2011.

128. La contribución al rendimiento sobre la inversión del producto nacional al mercado interno fue negativa en 3, 5, 10 y 2% en 2009, 2010, 2011 y primer trimestre de 2012, respectivamente. El rendimiento sobre la inversión (ROA) a nivel operativo fue positivo en todo el periodo analizado: 27, 60, 79 y 9, en 2009, 2010, 2011 y el primer trimestre de 2012, respectivamente.

129. Cinsa informó que no cuenta con información de estado de cambios en la situación financiera para los periodos particulares del primer trimestre de 2011 y 2012, por lo cual la Secretaría solamente analizó años completos de 2009 a 2011 para el flujo de caja o flujo de efectivo. De acuerdo con lo anterior, en 2010 se incrementó 433% el flujo de caja operativo como resultado del aumento en 15% de las utilidades antes de impuestos; para 2011 el flujo de operación disminuyó 175% debido a una mayor aplicación de capital de trabajo.

130. La capacidad de reunir capital mide la capacidad que tiene un productor de allegarse de los recursos financieros necesarios para la realización de la actividad productiva y la Secretaría analiza dicha capacidad a través del comportamiento de los índices de circulante, prueba de ácido, apalancamiento y deuda. Los niveles de solvencia y liquidez, en general reportaron niveles aceptables en el periodo de 2009 a 2011. Normalmente se considera que la relación de 1 a 1 o superior, entre los activos y pasivos circulantes es adecuada. La razón de circulante fue de 3 en 2009, 2010 y 2011, respectivamente, en tanto en el primer trimestre de 2012 fue de 2. La prueba de ácido (es decir el activo circulante menos inventarios, en relación con el pasivo circulante) fue de 3 en 2009; 2 en 2010 y 3 en 2011, mientras que para el primer trimestre de 2012 fue de 2.

131. El nivel de deuda o razón de pasivo total a activo total fue de 38, 45, 39 y 31% en 2009, 2010, 2011 y el primer trimestre de 2012, respectivamente, por lo que se consideró que el nivel de deuda se encuentra en niveles manejables. El nivel de apalancamiento (una proporción de pasivo total con respecto a capital contable inferior al 100% es manejable) fue 60, 81, 64 y 45% en 2009, 2010, 2011 y primer trimestre de 2012, respectivamente, por lo que se concluye que permaneció en niveles adecuados.

132. A partir de lo descrito anteriormente, se observa que los resultados operativos negativos del producto nacional de 2009 a 2011 afectaron el comportamiento del margen operativo como resultado de la baja en los ingresos por ventas, lo cual repercutió en una contribución negativa al ROA.

133. De acuerdo con lo señalado en los puntos 64 a 132 de esta Resolución, la Secretaría considera que existen elementos para presumir que las importaciones crecientes en condiciones de dumping causaron daño a la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica. En particular, se observó:

- a. una pérdida de participación en el mercado, una caída de la producción, ventas, empleo y utilización de la capacidad instalada, así como un aumento en el nivel de los inventarios, y
- b. los resultados operativos negativos afectaron el comportamiento del margen operativo como resultado de la baja en los ingresos por ventas. Los efectos adversos identificados pudieran comprometer la posición financiera de la rama de producción nacional.

6. Otros factores de daño

134. De conformidad con los artículos 3.5 del Acuerdo Antidumping y 69 del RLCE, la Secretaría examinó la concurrencia de factores distintos a las importaciones en condiciones de dumping, que pudieran afectar a la producción nacional.

135. Cinsa indicó que el daño en sus indicadores económicos y financieros es consecuencia de las importaciones en condiciones de dumping de China y no se atribuye a otros factores, tales como la actividad exportadora, las variaciones en el consumo o importaciones originarias de otros países.

136. Cinsa señaló que las importaciones investigadas son la principal fuente de abastecimiento para el mercado nacional en volúmenes crecientes y a los menores precios en relación con el resto de las importaciones. Indicó que durante el periodo de análisis no se registró una caída en la demanda, ya que el CNA aumentó 48% entre 2009 y 2011 mientras que la producción nacional y las ventas internas de la Solicitante se redujeron significativamente, en tanto que otros países también perdieron participación de mercado ganado China.

137. De acuerdo con la información proporcionada por Cinsa, y de manera preliminar, la Secretaría no observó factores distintos de las importaciones investigadas chinas en condiciones presumiblemente de dumping como causa del daño alegado.

I. Conclusiones

138. Con base en lo señalado anteriormente la Secretaría considera que existen elementos para presumir que las importaciones de los productos objeto de investigación se realizaron en condiciones de dumping y han causado daño a la rama de producción nacional de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, incluidas las de porcelana; sin que sea limitativo de aspectos que se señalaron a lo largo de esta Resolución, destacan los siguientes elementos:

- a. las importaciones investigadas de China se efectuaron con un margen de dumping superior al considerado de minimis en el artículo 5.8 del Acuerdo Antidumping. Entre 2009 y el primer trimestre de 2012 dichas importaciones representaron hasta el 90% del total de las importaciones, un nivel muy superior a los de insignificancia, según el mismo artículo;

- b. las importaciones de origen chino registraron una tendencia creciente, en términos absolutos y en relación con el CNA y la producción nacional que se tradujo en una mayor participación en el mercado nacional;
- c. las importaciones de origen chino se ofrecieron a precios significativamente inferiores a los de la producción nacional (de hasta 28%) y también por debajo de los de las importaciones de otros países (de hasta 70%);
- d. los márgenes de subvaloración que observaron las importaciones de China explicarían el incremento de su participación en el mercado nacional;
- e. en el periodo analizado se observó un comportamiento negativo en indicadores relevantes de la rama de producción nacional, tales como participación en el mercado, caída de la producción, ventas, empleo, utilización de la capacidad instalada, inventarios, resultados operativos e ingresos por ventas, y
- f. no se identificaron otros factores de daño diferentes de las importaciones en condiciones de dumping.

139. Por lo expuesto y con fundamento en los artículos 5 del Acuerdo Antidumping y 52 fracciones I y II de la LCE, es procedente emitir la siguiente:

RESOLUCION

140. Se acepta la solicitud de parte interesada y se declara el inicio de la investigación antidumping sobre las importaciones de vajillas y piezas sueltas de vajillas de cerámica, incluidas las de porcelana, originarias de China, independientemente del país de procedencia. Esta mercancía ingresa por las fracciones arancelarias 6911.10.01 y 6912.00.01 de la TIGIE.

141. Se fija como periodo de investigación el comprendido del 1 de abril de 2011 al 31 de marzo de 2012 y como periodo de análisis de daño y causalidad a la rama de producción nacional el comprendido del 1 de enero de 2009 al 31 de marzo de 2012.

142. La Secretaría podrá aplicar, en su caso, las cuotas compensatorias definitivas sobre los productos que se hayan declarado a consumo 90 días como máximo antes de la fecha de aplicación de las medidas provisionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 10.6 del Acuerdo Antidumping.

143. Con fundamento en los artículos 6.1 y la nota al pie de página 15 del Acuerdo Antidumping, 3 y 53 de la LCE y 145 y 163 del RLCE, los productores nacionales, importadores, exportadores, personas morales extranjeras o cualquier persona que considere tener interés en el resultado de esta investigación contarán con un plazo de 23 días hábiles para presentar su respuesta al formulario oficial y los argumentos y las pruebas que a su derecho convengan. Para aquellas empresas de que la Secretaría tiene su domicilio, el plazo de 23 días hábiles empezará a contar 5 días después de la fecha del envío del oficio de notificación; en el caso de las empresas de las cuales la Secretaría no tiene su domicilio y de cualquiera otra, el plazo empezará a contar 5 días después de la publicación de esta Resolución en el DOF. En ambos casos el plazo concluirá a las 14:00 horas del día de su vencimiento.

144. El formulario oficial a que se refiere el punto anterior, se podrá obtener en la oficialía de partes de la UPCI, sita Insurgentes Sur 1940, planta baja, colonia Florida, C.P. 01030 en México, Distrito Federal, de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 horas. También está disponible en el sitio de Internet <http://www.economia.gob.mx>.

145. La audiencia pública a que se refiere el artículo 81 de la LCE se llevará a cabo a las 10:00 horas del 13 de mayo de 2013 en el domicilio de la autoridad investigadora citado en el punto anterior o en uno diverso que con posterioridad señale.

146. Los alegatos a que se refieren el artículo 82 párrafo tercero de la LCE, deberán presentarse en un plazo que vencerá a las 14:00 horas del 20 de mayo de 2013.

147. Notifíquese esta Resolución a las partes de que se tiene conocimiento. Respecto a las partes señaladas en los incisos 2 y 5 del punto 15 de la presente Resolución, de las cuales se indica que esta Secretaría desconoce su domicilio, se notificarán a través de la publicación en el DOF de esta Resolución y por una sola vez en un diario de mayor circulación (Reforma), de conformidad con el artículo 145 del RLCE. Las copias de traslado se ponen a disposición de cualquier posible interesado que acredite su interés jurídico en el presente procedimiento, en el domicilio y horarios señalados en el punto 144 de la presente Resolución.

148. Comuníquese esta Resolución a la Administración General de Aduanas del SAT para los efectos legales correspondientes.

149. La presente Resolución entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el DOF.

México, D.F., a 23 de agosto de 2012.- El Secretario de Economía, **Bruno Ferrari García de Alba**.-
Rúbrica.