

BRASIL
(HTTPS://GOV.BR)

ACESSIBILIDADE (/ACESSIBILIDADE)
ALTO CONTRASTE

Secretaria-Executiva da Câmara de Comércio Exterior

CAMEX

MINISTÉRIO DA ECONOMIA
(<http://www.camex.gov.br/>)

Buscar no portal



Acesso à informação (<http://brasil.gov.br/barra#acesso-informacao>) | Apoio à imprensa (<http://www.mdic.gov.br/index.php/area-de-imprensa>) | Perguntas Frequentes (</perguntas-frequentes>) | Fale Conosco (</fale-conosco>)

PÁGINA INICIAL (/) > UNCATEGORISED (/UNCATEGORISED) > RESOLUÇÕES E OUTROS DOCUMENTOS (/RESOLUCOES-CAMEX-E-OUTROS-NORMATIVOS) > RESOLUÇÕES DA CAMEX (/RESOLUCOES-CAMEX-E-OUTROS-NORMATIVOS/58-RESOLUCOES-DA-CAMEX) > RESOLUÇÃO Nº 03, DE 16 DE JANEIRO DE 2014

☰ MENU



RESOLUÇÃO Nº 03, DE 16 DE JANEIRO DE 2014

Ano do Documento: 2014
Número do Documento: 3

Aplica direito antidumping definitivo, por um prazo de até 5 (cinco) anos, às importações brasileiras de objetos de louça para mesa, originárias da República Popular da China.

RESOLUÇÃO Nº 3, DE 16 DE JANEIRO DE 2014
(Publicada no D.O.U. de 17/01/2014)

Aplica direito antidumping definitivo, por um prazo de até 5 (cinco) anos, às importações brasileiras de objetos de louça para mesa, originárias da República Popular da China.

O PRESIDENTE DO CONSELHO DE MINISTROS DA CÂMARA DE COMÉRCIO EXTERIOR - CAMEX, no uso da atribuição que lhe confere o § 3º do art. 5º do Decreto nº 4.732, de 10 de junho de 2003, e com fundamento no art. 6º da Lei nº 9.019, de 30 de março de 1995, no inciso XV do art. 2º do Decreto nº 4.732, de 2003, e no art. 2º do Decreto nº 8.058, de 26 de julho de 2013,

CONSIDERANDO o que consta dos autos do Processo MDIC/SECEX 52272.001420/2012-59,

RESOLVE *ad referendum* do Conselho:

Art. 1º Encerrar a investigação com a aplicação de direito antidumping definitivo, por um prazo de até 5 (cinco) anos, às importações brasileiras de objetos de louça para mesa, originárias da República Popular da China, comumente classificadas nos itens 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL – NCM, a ser recolhido sob a forma de alíquota específica fixada em dólares estadunidenses por quilograma, nos montantes abaixo especificados:

Origem	Produtor/Exportador	Direito Antidumping Definitivo (US\$/kg)
--------	---------------------	--



China	Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd	1,84
	Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory	2,76
	Champion Enterprises International Limited; Qingdao Power Source Co.,Ltd.; e Dasen Industrial Co.,Limited.	5,14
	Empresas chinesas identificadas no Anexo III e não constantes desta tabela	5,14
	Demais	5,14

Art. 2º O direito antidumping definido no art. 1º somente se aplica às empresas que, efetivamente, exportarem o produto em questão ao Brasil.

Art. 3º O disposto no art. 1º não se aplica aos utensílios de corte de louça importados da China.



Art 4º Homologar compromisso de preço, nos termos constantes do Anexo I desta Resolução, para amparar as importações brasileiras do produto especificado no art. 1º desta Resolução, quando originárias da República Popular da China, fabricado pelas empresas associadas à Associação Industrial de Cerâmica da China - CCIA.

Art. 5º Tornar públicos os fatos que justificaram a decisão conforme o Anexo II desta Resolução.

Art. 6º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

FERNANDO DAMATA PIMENTEL

Este texto não substitui o publicado no D.O.U.

ANEXO I

Termo de Compromisso de Preços

1. Processo Administrativo: MDIC/SECEX 52272.001420/2012-59

2. Empresas: Chaozhou Qingyi Da Ceramics Manufactory Co., Ltd; Chaozhou Chaofeng Ceramic Making Co., Ltd; Chaozhou Deko Ceramics Co., Ltd; Henghui Porcelain Plant Liling Hunan China; Karperry Industrial Co., Ltd. Hunan China; Liling Hunan China; Shenzhen Gottawa Industrial Ltd.; Chaozhou Boshifa Ceramics Making Co., Ltd; Chaozhou Guidu Ceramics Co., Ltd; Shenzhen Donglin Industry Co. Ltd; Chaozhou Yongxuan Domestic Ceramics Manufactory Co., Ltd; Guangdong Songfa Ceramics Co., Ltd; Shenzhen Yuan Telford Import And Export Co., Ltd; Guangdong Dongbao Group Co., Ltd; Shenzhen Yukung Trading Co., Ltd; Nanning Panfu Industrial Trading Co., Ltd; Chaozhou Ronghua Ceramics Making Co., Ltd; Guangdong Shunxiang Porcelain Co. Ltd; Joyye Arts & Crafts Co., Ltd; Shenzhen Lexin Trading Co. Ltd; Raoping Pengfeng Ceramics Factory; Shenzhen Guangyufa Industrial Company Ltd; Raoping Sanyi Industrial Co., Ltd; Chaozhou Cheerful Porcelain Co., Ltd; Chaozhou Pengxing Ceramics Co., Ltd; Shenzhen Evergrowing Industrial Co.,



Ltd; Chaozhou Guangjia Ceramics Manufacture Co., Ltd; Chaozhou Sanhua Ceramics Industrial Co., Ltd.; Shenzhen Zhan Peng Xiang Industrial Co., Ltd; Ying-Hai (Shenzhen) Industry Dev. Co., Ltd.; Stechcol Ceramic Crafts Dev Shenzhen Co., Ltd; Shenzhen Chinaware Industries Co., Ltd.; Bestsub Technologies Co Limited; Dongguan Kennex Ceramic Ltd.; Shenzhen Shida Co., Ltd.(Shenzhen Shida Imp.& Exp. Co., Ltd); Shenzhen Communion Import And Export Co., Ltd; Liling Santang Ceramics Manufacturing Co., Ltd; Shenzhen Senyi Porcelain Industry Co., Ltd; Shenzhen Smf Investment Co., Ltd.; Shenzhen Moreroll Imp.& Exp. Co., Ltd; Hoi Hung (China) Ltd; Guangdong Quanfu Ceramics Industrial Co., Ltd; Chaozhou Fengxi Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory; Chaozhou Lianjun Ceramics Co., Ltd; Chaozhou Weida Ceramics Making Co., Ltd; Photo Usa Electronic Graphic Inc.; Henan Zongheng Trading Co., Ltd; Shenzhen Newest Industrial Co., Ltd; Chaozhou Yu Ri Ceramics Making Co., Ltd; Chaozhou Yangguang Ceramics Co., Ltd; Chaozhou Lisheng Ceramics Co., Ltd; Hunan Xianfeng Ceramic Industry Co., Ltd.; Liling Pengxing Ceramic Factory; China Yong Feng Yuan Co., Ltd.; Shenghua Porcelain Co., Ltd; Guangdong Baofeng Ceramic Technology Development Co. Ltd; Hunan Eka Ceramics Co., Ltd; Shandong Silver Phoenix Co. Ltd; HJC (Shenzhen) Co., Ltd. (Redação dada pela RESOLUÇÃO CAMEX Nº 105, DE 04 DE NOVEMBRO DE 2015 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1572>))

2.1. As empresas supramencionadas ao item 2 são associadas à **Associação Industrial de Cerâmica da China** (“CCIA” ou a “Associação”), entidade que as representa neste termo de compromisso de preços (o “Compromisso”). As empresas relacionadas no item 2 serão identificadas posteriormente apenas como “empresas participantes”. As empresas participantes são sociedades devidamente constituídas, organizadas e existentes de acordo com as leis da República Popular da China (“China”), sendo produtoras e exportadoras de objetos de louça para mesa, produto objeto da investigação de prática antidumping a que se refere o Processo Administrativo MDIC/SECEX 52272.001420/2012-59 (a “Investigação Antidumping”), e vêm, em conformidade com a Seção V do Capítulo V do Decreto nº 1.602, de 23 de agosto de 1995, por meio dos representantes legais da CCIA, que as representa, assumir, como livre manifestação de suas próprias vontades, o presente Compromisso, nos termos a seguir estabelecidos. A CCIA destaca que o presente Compromisso está sendo apresentado por cada exportador, individualmente considerado. A opção pela apresentação de um documento único, apresentado formalmente pela via da associação, decorre exclusivamente da necessidade de operacionalizar a apresentação de compromisso de todas estas empresas participantes ao Departamento de Defesa Comercial (DECOM) da Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, sob um formato econômico e eficiente do ponto de vista processual.

2.2. Da mesma forma, visando permitir maior facilidade de contato ao longo do período de eventual vigência deste compromisso de preços, apresentam-se as informações de contato referentes à CCIA, que atua neste ato como representante legal das empresas participantes e como ponto de contato e diálogo com o DECOM.

Razão Social: Associação Industrial de Cerâmica da China

Endereço: Avenida Fuwai nº 22B, Distrito de Xicheng, Beijing, China

Telefone: 00 86 13910050310 ou 0086-10-84683690

Fac-símile: 0086-10-84683689

Endereço Eletrônico: admin@ccianet.cn ou wangtao@rayyinlawyer.com (mailto:wangtao@rayyinlawyer.com)

Representante Legal: Guo Cheng

3. Disposições Gerais

3.1. Conforme os termos e condições previstos no artigo 35 e seguintes, Seção V, do Decreto nº 1.602, de 1995, no artigo 8º do Acordo Antidumping da OMC, aprovado pelo Decreto Legislativo nº 30, de 15 de dezembro de 1994, e promulgado pelo Decreto nº 1.355 de 30 de dezembro de 1994, tal qual a Lei nº 9.019, de 30 de março de 1995, as empresas participantes se comprometem a exportar para o Brasil os objetos de louça para mesa, conforme definido neste Compromisso e no processo administrativo em referência, a um preço não inferior ao estabelecido neste documento.

3.2. Em contrapartida, o Governo Brasileiro suspenderá a investigação para essas empresas e não aplicará direito antidumping definitivo sobre as exportações chinesas de objetos de louça para mesa, conforme definidos neste Compromisso e no processo administrativo em referência, que sejam produzidos e exportados pelas empresas participantes, durante todo o período de vigência do direito antidumping definitivo. Contudo, caso qualquer das empresas participantes do Compromisso descumpra as disposições neste estabelecidas, conforme apontado no item 7.2, considerar-se-á violado o Compromisso na sua totalidade e a investigação será retomada e serão aplicados os fatos disponíveis, nos termos do § 3º do art. 50 c/c Capítulo XIV do Decreto nº 8.058, de 2013.

3.3. A partir da data da publicação deste compromisso de preços no Diário Oficial da União, as exportações para o Brasil de objetos de louça para mesa, conforme definidos neste Compromisso e no processo administrativo em referência, realizadas pelas empresas participantes, diretamente ou por intermédio de suas respectivas trading companies, serão regidas pelas disposições deste Compromisso.

3.4. As empresas participantes comprometem-se a organizar as operações de exportação junto às trading companies pertinentes para que elas comprovem a origem do produto por elas exportado, fazendo com que elas apresentem no ato da exportação, a ordem de



compra e fatura de aquisição da mercadoria no mercado interno chinês, bem como qualquer outra documentação a ser exigida pelas autoridades brasileiras a fim de comprovar a origem de produção dos produtos exportados.

3.5. Para mercadorias cuja data de embarque constante no conhecimento de embarque seja anterior à de publicação deste compromisso de preços no Diário Oficial da União, não será exigido o cumprimento dos preços aqui acordados e sim o direito antidumping provisório fixado por meio da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>), publicada no Diário Oficial da União de 29 de julho de 2013, ou o direito antidumping definitivo, conforme o caso.

4. Produto Objeto deste Compromisso

4.1. O produto sujeito a este compromisso de preços são os objetos de louça, para mesa, independentemente do seu grau de porosidade, classificados nos itens 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL – NCM, exatamente como definido no processo antidumping em referência.

5. Preços acordados neste Compromisso

5.1. Para os propósitos deste Compromisso, o preço de exportação do produto definido no item 4 acima, em condições CIF, líquido de demais despesas, não poderá ser inferior a US\$ 3,20/kg (três dólares estadunidenses e vinte centavos por quilograma).

5.2. Considerando o interesse das empresas participantes em oferecer uma proposta que neutralize o dano sofrido pela indústria doméstica, o preço mínimo de exportação estabelecido no item 5.1 será praticado nas exportações chinesas das empresas participantes, observando-se uma limitação de quantidade para cada ano civil, contados a partir de 1º janeiro de 2014, até o término de sua vigência. O limite de volume inicial anual ora estabelecido é de 25.000.000 kg (vinte e cinco milhões de quilogramas) para o ano de 2014 (“período-base”), sendo o volume aumentado, ao início de cada ano civil subsequente, em 5% (cinco por cento) em relação ao período anterior. Verificando-se, a partir das estatísticas oficiais de importação brasileiras, que o volume máximo foi atingido antes do término de cada ano civil, as empresas associadas da CCIA, listadas no item 2 deste Compromisso, não exportarão para o Brasil – direta ou indiretamente - o produto investigado até o término do respectivo ano civil. Iniciando-se um novo ano civil, as empresas participantes poderão retomar suas exportações para o Brasil, nos termos estabelecidos neste Compromisso, até que, novamente, atinjam o limite quantitativo estabelecido para o respectivo ano civil, quando deverão interromper suas exportações para o Brasil, até o início de novo ano civil, e assim sucessivamente até o término de vigência deste Compromisso.

5.3. Caso o compromisso ainda esteja vigente em 2019 e uma revisão de final de período não seja iniciada, o volume de exportação correspondente ao ano fiscal de 2019 será proporcional ao número de meses em que o direito definitivo esteve em vigor. Extinguindo-se o direito definitivo, o presente compromisso também será terminado e as empresas participantes ficarão livres para exportar o produto investigado sem a limitação de preço e volume ora acordados.

5.4. O prazo para pagamento concedido pelas empresas participantes aos importadores brasileiros não poderá exceder o prazo de 60 (sessenta) dias, contado a partir da data da emissão do respectivo conhecimento de embarque.

5.5. Os preços CIF de exportação compromissados deverão estar líquidos de descontos, abatimentos e quaisquer deduções ou bonificações que a empresa produtora/exportadora conferir ao importador brasileiro.

5.6. O ajuste do preço mínimo será realizado ao início de cada ano civil, utilizando-se para isso o IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor – Amplo, correspondente à variação registrada nos doze meses que compõem cada ano civil imediatamente anterior ao do reajuste.

5.7. Tendo em vista que o preço mínimo e o volume máximo estabelecidos neste Compromisso têm por objetivo possibilitar a exportação da mercadoria sem causar dano à indústria doméstica, estes poderão ser revistos, a pedido da signatária ou da indústria doméstica, ou por iniciativa da própria autoridade administrativa, caso reste demonstrado que ocorreram alterações nas condições de mercado e que as condições estabelecidas não atendam ao objetivo deste Compromisso.

6. Monitoramento dos preços

6.1. Considerando a quantidade de empresas que apresenta o presente compromisso de preços, e considerando que todas elas são associadas à CCIA, a Associação ficará responsável por organizar um comitê de controle e monitoramento de exportações ao Brasil de objetos de louça, para mesa (o “Comitê”). A partir da entrada em vigor deste compromisso de preços, o Comitê será responsável por implementar o sistema de monitoramento de preços, em conformidade com os termos abaixo.

6.2. As empresas participantes serão obrigadas, anteriormente ao embarque do produto, a submeter à CCIA um requerimento contendo todos os documentos relacionados à exportação. Este requerimento será inspecionado pela CCIA, na pessoa do Comitê, que deverá aprová-lo e selá-lo, indicando sua conformidade. O presente Compromisso se aplicará exclusivamente aos produtos contendo



aprovação e o selo da CCIA, estando as referidas empresas participantes proibidas de exportar o produto objeto deste Compromisso fora do volume acordado.

6.3. De forma a permitir o monitoramento do cumprimento deste compromisso de preços, as empresas participantes fornecerão informações às autoridades competentes, em formato a ser determinado pela autoridade, contendo todas as transações comerciais ao Brasil do produto objeto deste Compromisso. Tais informações deverão ser providenciadas semestralmente, em até 40 (quarenta) dias a contar do término de cada respectivo semestre.

6.4. O DECOM poderá conduzir verificações **in loco** nas instalações das empresas participantes deste Compromisso, sempre e quando julgar necessário para o bom e fiel cumprimento deste Compromisso. As verificações **in loco** seguirão as disposições dos §§ 1º e 2º do art. 52, do Capítulo XIII do Decreto nº 8.058, de 2013, mas a sua não autorização ou sua autorização intempestiva configurará violação do Compromisso, segundo art. 69 do referido Decreto.

6.5. Caso existam motivos razoáveis que indiquem que os termos do presente compromisso de preços não estejam sendo cumpridos por qualquer das empresas participantes, o DECOM poderá requerer que se apresentem informações antes do término de cada período de seis meses. Nesta situação, o DECOM também poderá conduzir qualquer verificação **in loco**, a despeito do estabelecido no item 6.4. acima.

6.6. O disposto no parágrafo único do art. 71 do Decreto nº 8.058, de 2013, será aplicado caso qualquer das empresas participantes deixe de cumprir com o disposto na presente seção.

6.7. As empresas participantes comprometem-se, por intermédio da CCIA, a realizar reuniões e entendimentos com o DECOM, se solicitado por pedido dessas ou da autoridade administrativa, sobre quaisquer dificuldades ou dúvidas, técnicas ou não, que possam surgir durante a implementação e posterior aplicação do presente Compromisso.

7. Violação do Compromisso de Preços

7.1. As empresas participantes se comprometem a não violar qualquer disposição deste Compromisso. Adicionalmente, as empresas participantes se comprometem, não obstante as demais obrigações, a:

7.1.1. Não conceder descontos, abatimentos, ou qualquer outro benefício aos seus clientes, quer direta ou indiretamente ligados a uma venda do produto em questão, que implique preço compromissado inferior ao acordado;

7.1.2. Não pagar comissão que implique preço compromissado inferior ao acordado;

7.1.3. Não apresentar descrições enganosas ou falsas das quantidades, características ou qualidades de qualquer venda do produto em questão;

7.1.4. Não prestar declarações enganosas ou falsas sobre a classificação aduaneira do produto em questão;

7.1.5. Não prestar declarações enganosas ou falsas sobre a origem do produto em questão ou sobre a identidade do produtor/exportador;

7.1.6. Não exportar mercadoria ao amparo deste Compromisso não fabricada pelos produtores relacionados no item 2 do presente Compromisso.

7.1.7. Não efetuar acerto de dívida relacionada a qualquer operação de exportação para o Brasil por meio de quaisquer acordos de compensação, através de troca direta, ou qualquer outra forma de pagamento que não dinheiro ou método equivalente;

7.1.8. Não emitir fatura comercial ou nota fiscal de revenda cujos preços líquidos de venda não estejam em conformidade com os preços compromissados;

7.1.9. Não emitir fatura comercial ou nota fiscal de revenda para as quais a transação financeira subjacente (por exemplo, o valor efetivamente recebido do comprador após quaisquer ajustes das notas de crédito/débito e similares) não esteja em conformidade com o valor nominal da fatura comercial;

7.1.10. Não se envolver em práticas de circunvenção.

7.2. Considerando que este Compromisso está sendo apresentado pela Associação para comprometer todas as associadas listadas no item 2, a CCIA e todas as empresas participantes deste Compromisso estão cientes de que o descumprimento dos termos do presente Compromisso por qualquer destas empresas, implicará a violação do Compromisso de Preços para todas as demais empresas ora compromissadas.

8. Duração do Compromisso de Preços

8.1. O presente Compromisso de Preços entrará em vigor a partir da data de publicação no Diário Oficial da União do ato pertinente à sua homologação, e vigorará por um período de 5 (cinco) anos, exceto no caso de se preferir uma determinação em conformidade com o estabelecido no art. 93 e no Capítulo VIII do Decreto nº 8.058, de 2013, quanto à extensão, modificação ou revogação do presente Compromisso.

8.2. Este Compromisso de Preços se manterá vigente durante quaisquer revisões que possam ocorrer, conforme mencionado no parágrafo acima.



ANEXO II

1. DO PROCESSO

1.1 Da petição

Em 26 de julho de 2012, as empresas Oxford Porcelanas S.A. e Indústria e Comércio de Cerâmica Tirolesa Ltda. (Studio Tacto), doravante também denominadas simplesmente Oxford e Studio Tacto ou petionárias, protocolaram no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC petição de abertura de investigação de dumping nas exportações para o Brasil de objetos de louça para mesa, independente do seu grau de porosidade, usualmente classificados nos itens 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM, quando originárias da República Popular da China (China) e de dano à indústria doméstica decorrente de tal prática.

Após o exame preliminar da petição, o Departamento de Defesa Comercial – DECOM, em 3 de outubro de 2012, solicitou à petionária, com base no caput do artigo 19 do Decreto nº 1.602, de 23 de agosto de 1995 (doravante também denominado Regulamento Brasileiro), por meio do Ofício nº 06.703/2012/CGAP/DECOM/SECEX, informações complementares àquelas fornecidas na petição. As petionárias protocolaram as informações em 18 de outubro de 2012.

Após a análise da petição e das informações complementares, em 4 de dezembro de 2012, foi informado às petionárias, por meio do Ofício nº 08.940/2012/CGAP/DECOM/SECEX, que a petição fora considerada devidamente instruída, em conformidade com o § 2º do artigo 19 do Regulamento Brasileiro.

1.2 Da notificação ao governo do país exportador

Em atendimento ao que determina o artigo 23 do Regulamento Brasileiro, o governo da China foi notificado da existência de petição instruída com vistas à abertura de investigação de dumping de que trata o presente processo, por meio dos Ofícios nºs 09.080 e 09.081/2012/CGAP/DECOM/SECEX, de 12 de dezembro de 2012.



1.3 Da abertura da investigação

Considerando o que constava do Parecer DECOM nº 46, de 18 de dezembro de 2012, tendo sido verificada a existência de indícios suficientes de prática de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa da China para o Brasil, e de dano à indústria doméstica decorrente de tal prática, foi recomendada a abertura da investigação.

Dessa forma, com base no parecer supramencionado, a investigação foi iniciada por meio da Circular SECEX nº 69, de 21 de dezembro de 2012, publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 26 de dezembro de 2012.

1.4 Das notificações de abertura da investigação e da solicitação de informações às partes interessadas

Em atendimento ao que dispõe o § 2º do art. 21 do Decreto nº 1.602, de 1995, notificou-se do início da investigação as petionárias, os importadores e fabricantes/exportadores - identificados por meio dos dados oficiais de importação fornecidos pela RFB -, o governo da China, a empresa indicada como produtora/exportadora de terceiro país de economia de mercado e o governo do país indicado como terceiro país de economia de mercado, tendo sido encaminhada cópia da Circular SECEX nº 69, de 2012.

Considerando que, para fins de defesa comercial, a República Popular da China não é considerada um país de economia predominantemente de mercado, as partes interessadas também foram notificadas de que se pretendia utilizar a República da Colômbia como terceiro país de economia de mercado para fins de apuração do valor normal daquele país.

Foi solicitado à Embaixada da China que as empresas identificadas como produtoras/exportadoras para o Brasil do produto objeto da investigação, mas cujos endereços não foram localizados, fossem também notificadas do início da investigação.

Observando o disposto no § 4º do art. 21 do Decreto supramencionado, aos fabricantes/exportadores e ao governo do país exportador também foram enviadas cópias do texto completo não-confidencial da petição que deu origem à investigação.

Ressalte-se que, em virtude do expressivo número de produtores/exportadores identificados, de tal sorte que se tornaria impraticável eventual determinação de margem individual de dumping, foram selecionadas, consoante previsão contida no art. 13 do Decreto nº 1.602, de 1995, e no art. 6.10 do Acordo Antidumping da Organização Mundial do Comércio, os exportadores que representaram o maior percentual razoavelmente investigável do volume de exportações do produto sob investigação da China para o Brasil. Foi concedido ainda prazo de 15 dias, contado a partir da expedição da notificação de abertura, para que os produtores/exportadores se manifestassem acerca dessa seleção. Dessa forma, foram enviados questionários para os seguintes produtores/exportadores, identificados: Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd; Shenzhen Evergrowing Industrial Co Ltd; Guangxi Chengdahang Imp & Exp Co. Ltd; Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co.,Ltd; Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co. Ltd.; Shenzhen Yuking Trading Co., Ltd; Champion Enterprises International Limited; Qingdao Power Source Co.,Ltd. e Dasen Industrial Co.,Limited, que representam 18,3% do total exportado da China para o Brasil no período investigado.

Cabe mencionar que a seleção definida não foi objeto de contestação pelas partes interessadas.

Quanto aos produtores nacionais, foram enviados questionários para Porto Brasil Cerâmica Ltda., Porcelana Schmidt S.A e Germer Porcelanas Finas S.A. De acordo com informação fornecida pelo Sindicato das Indústrias da Cerâmica de Pó de Pedra, da Porcelana e da Louça de Barro do Estado de São Paulo (Sindilouça), estes fabricantes responderiam, em conjunto com as petionárias, por cerca de 90% da produção nacional. Com relação aos importadores, foram enviados questionários a todos aqueles identificados com base nos dados detalhados das importações brasileiras fornecidas pela Secretaria da Receita Federal do Brasil.

Também foi enviado questionário para a Loceria Colombiana S.A (Vajillas Corona), produtora de objetos de louça sediada no terceiro país escolhido para a apuração do valor normal.

A RFB, em cumprimento ao disposto no art. 22 do Decreto nº 1.602, de 1995, também foi notificada da abertura da investigação.



1.5 Do recebimento das informações solicitadas

1.5.1 Dos produtores nacionais

A Oxford e a Studio Tacto apresentaram suas informações na petição de abertura da investigação em epígrafe e quando da apresentação das suas informações complementares.

As empresas Germer, Schmidt e Porto Brasil, apesar de terem manifestado apoio à petição apresentada pela Oxford e pela Studio Tacto, não responderam ao questionário do produtor nacional.

Nesse contexto, foi solicitado às referidas empresas e ao Sindilouça que fornecessem os dados relativos exclusivamente ao volume de vendas de objetos de louça destinadas ao mercado brasileiro no período de abril de 2007 a março de 2012. Em 27 de junho de 2013, o Sindilouça, em nome dos produtores nacionais de objetos de louça para mesa, encaminhou as informações solicitadas. Além disso, as empresas Germer e Schmidt, em resposta à solicitação, apresentaram os seus dados relativos à quantidade de objetos de louça vendida por cada uma delas durante o período objeto da investigação.

1.5.2 Dos importadores

As seguintes empresas importadoras apresentaram suas respostas dentro do prazo previsto no Regulamento Brasileiro: Art Hot Transfer Distribuidora Ltda., Artes Zu Comércio e Artesanato Ltda., Bemba Representação e Comércio S.A., Brinox Metalúrgica S.A., C&C Casa e Construção Ltda., Caandies Confeitaria de Papel Ltda., Companhia Brasileira de Distribuição, Colorkit Com. e Imp de Material Fotográfico Digital Ltda., Cromus Embalagens Indústria e Comércio Ltda., Decorvision Import and Export Ltda., Decminas Distribuição e Logística S.A., Del Lujan Importação e Exportação Ltda., DLD Comércio Varejista Ltda., Docesar Distribuidora de Cristais Ltda., Editora Caras S.A., Editora Salvat do Brasil Ltda., El Brasil Exportadora e Importadora Ltda., Esper Comércio e Serviços de Informática Ltda., F F Comércio de Variedades Ltda., Full Fit Indústria e Comércio Ltda., Gazin Indústria e Comércio de Móveis e Eletrodomésticos Ltda., HCL Comércio Exterior Ltda., IEX Trading Comércio Exterior Ltda., Imeltron Comércio Exportação e Importação Ltda., J. Martins Supermercados Planalto Ltda., SS Comércio de Cosméticos e Produtos de Higiene Pessoal Ltda., Jpex Comércio Importação e Exportação Ltda., Jurandir Pires Galdino & Cia Ltda., Kunstek Comércio de Plásticos e Tecidos Ltda., Lojas Le Biscuit S.A., Leroy Merlin Companhia Brasileira de Bricolagem, Indústria e Comércio de Porcelanas Lu Ltda., Mariano Ivasko & Cia Ltda., Metalnox Indústria Metalúrgica Ltda., Mmartan Têxtil Ltda., Nestlé Brasil Ltda., Ping Pong Brasil Restaurantes Ltda., Premium Comércio, Importação e Exportação de Artigos de Presentes Ltda., Protransfer Jel Comércio de Informática Ltda., Resitech Brazilian Quality Group Ltda., Rituais do Brasil Distribuidora de Cosméticos Ltda., Rojemac Importação e Exportação Ltda., Rosh Distribuidora e Importadora de Amarelo e Presentes Ltda., Tellerina Comércio de Presentes e Artigos para Decoração S.A., Texas Imports, Comércio, Importação e Exportação Ltda., Toyland Comercial, Distribuidora, Tecidos e Aplicativos de Construção Civil Ltda., Wacky Importação Ltda., Wal-Mart Brasil Ltda., WMS Supermercados do Brasil Ltda., Bompreço Bahia Supermercados Ltda., Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda., Wanli Copa Comércio Importação e Exportação Ltda. e Yangzi Brasil Corporation Ltda.

As empresas importadoras a seguir solicitaram exclusão da investigação: Am Trading e Comércio Ltda., Arc Comércio de Utilidades para o Lar Ltda., Chang & Ji Mei Ltda., Collectanea Móveis e Objetos de Arte Ltda. e Empório Andaluzia Ltda. A Am Trading e a Collectanea Móveis e Objetos de Arte Ltda. alegaram que teriam realizado apenas uma única importação em todo o período da investigação e que não teriam interesse em realizar novas importações de objetos de louça. A Chang & Ji Mei questionou acerca da obrigatoriedade de apresentação de resposta ao questionário e, tendo sido informada acerca do caráter cooperativo dos importadores, solicitou a exclusão da investigação. A Empório Andaluzia declarou que não possuía interesse em participar do processo. A Arc Comércio de Utilidades para o Lar Ltda solicitou a exclusão do processo tendo apresentado a alegação de que nunca realizou importações do produto objeto da investigação.

A empresa M.S.W. Comercial Ltda. solicitou a prorrogação por 10 dias do prazo para a entrega da resposta ao questionário do importador, que foi deferida. Isso não obstante, a resposta da empresa ao questionário do importador foi apresentada intempestivamente.

As empresas Supermercado Nordeste Ltda., J.F.W.T. Resina Decorativa Ltda., Tenda Atacado Ltda., Irmãos Muffato & Cia Ltda., IBAC – Indústria Brasileira de Alimentos e Chocolates Ltda., Bracol – Comercial Importadora Ltda. e LL Maffeis Importação e Comércio Ltda. apresentaram respostas ao questionário do importador fora do prazo estabelecido, tendo sido notificadas de que as informações constantes de suas respostas não seriam anexadas aos autos do processo e que não seriam consideradas nas determinações.

Foram solicitadas informações complementares e esclarecimentos adicionais às respostas ao questionário do importador às empresas Bemba Representação e Comércio S.A., C&C Casa e Construção Ltda., Full Fit Indústria e Comercio Ltda., Metalnox Indústria Metalúrgica Ltda., Rojemac Importação e Exportação Ltda., Toyland Comercial, Distribuidora, Tellerina Comércio de Presentes e Artigos para Decoração S.A. Essas empresas encaminharam tais informações e esclarecimentos dentro dos prazos estipulados.

1.5.3 Dos produtores/exportadores

Conforme já mencionado anteriormente, no caso da República Popular da China, em razão do elevado número de produtores exportadores de objetos de louça para o Brasil e tendo em vista o disposto na alínea “b” do § 1º do art. 13 do Decreto nº 1.602, de 1995, foi efetuada seleção das empresas que representavam o maior percentual razoavelmente investigável do volume de exportações da China para o Brasil com vistas ao cálculo de margem individual de dumping.

Foram incluídas na seleção efetuada as empresas: Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd., Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co., Ltd., Shenzhen Evergrowing Industrial Co., Ltd., Guangxi Chengdahang Imp & Exp Co., Ltd., Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co., Ltd., Shenzhen Yuking Trading Co., Ltd., Champion Enterprises Internacional Limited, Qingdao Power Source Co., Ltd., Dasen Industrial Co., Ltd., que foram responsáveis, em P5, por 18,3% das importações brasileiras de objetos de louça.

As empresas Champion Enterprises Internacional Limited, Qingdao Power Source Co., Ltd., Dasen Industrial Co., Ltd. e Shenzhen Evergrowing Industrial Co., Ltd. não apresentaram resposta ao questionário do produtor/exportador.



A resposta ao questionário da empresa Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co., Ltd. foi apresentada por representantes que não estavam, por ocasião do protocolo da resposta, devidamente habilitados para atuar em nome da empresa. Nesse sentido, a resposta desse produtor/exportador foi recebida como ato urgente, praticado por representantes não habilitados no processo. A empresa foi então notificada de que disporia do prazo improrrogável de 15 (quinze) dias para regularizar a situação de seus representantes. Como a empresa não cumpriu o prazo estabelecido, sua resposta não foi juntada aos autos do processo em questão.

A empresa Guangxi Chengdahang Imp. & Exp. Co., Ltd respondeu tempestivamente ao questionário, em conjunto com a Beiliu Quanli Ceramic Co Ltd, a qual não havia sido selecionada nem identificada como produtora ou exportadora do produto objeto da investigação entre abril de 2011 e março de 2012. Entretanto, em sua resposta ao questionário, a Chengdahang informou adquirir os produtos exportados ao Brasil de quatro empresas produtoras chinesas, sendo que uma delas seria, segundo a exportadora, a empresa não relacionada Beiliu Quanli Ceramic Co., Ltd.

Nesse contexto, constatou-se que a Chengdahang não era efetivamente fabricante do produto objeto da investigação, como constava nos dados de importação detalhados fornecidos pela Secretaria da Receita Federal do Brasil. Logo, não manufaturando o produto objeto da investigação, a empresa se tratava, de fato, apenas de uma **trading company**.

Deve-se ressaltar que são enviados, usualmente, questionários aos fabricantes do produto objeto da investigação. Isso ocorre porque a análise efetuada busca avaliar informações a respeito do produto exportado ao Brasil, como seu processo produtivo, custo de produção, entre outras. Considerando que as **trading companies** não dispõem dessas informações, não são apuradas, normalmente, margens de dumping individualizadas para esse tipo de empresa. Além disso, são os fabricantes do produto objeto da investigação que determinam, de fato, os preços dos produtos a serem exportados para o Brasil. É a partir do preço por eles praticado que a **trading company** comercializa os produtos.

No que diz respeito à empresa Beiliu Quanli, vale destacar que a sua resposta ao questionário não foi juntada aos autos pois a sua apresentação teria sido realizada por representante que não estava devidamente habilitado e cuja, regularização, não ocorreu no prazo regulamentar. Como a resposta da Beiliu Quanli foi apresentada conjuntamente à da **trading company** Guangxi Chengdahang, respostas de nenhuma das duas empresa pôde ser anexada aos autos do processo.

As empresas exportadoras a seguir relacionadas solicitaram tempestivamente a prorrogação do prazo para responder ao questionário, fornecendo as respectivas justificativas, e apresentaram suas respostas dentro do prazo estendido: Guangxi Xin Fu Yuan Co. Ltd., Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co., Ltd. e Shenzhen Yuking Trading Co., Ltd.

Cabe esclarecer que a Shenzhen Yuking respondeu ao questionário em conjunto com a empresa Guangdong Raoping Yuxin Factory, uma vez as duas empresas são relacionadas, sendo que a primeira é apenas exportadora e a segunda é produtora de objetos de louça na China.

1.5.4 Do produtor de terceiro país de economia de mercado

A empresa Locería Colombiana S.A., para a qual foi encaminhado o questionário de terceiro país de economia de mercado, protocolou sua resposta em 28 de março de 2013 e informou que alguns de seus dados eram confidenciais devido à concorrência com as próprias petionárias. Na ocasião, a empresa forneceu informações relativas às suas vendas de objetos de louça destinadas ao mercado interno da Colômbia.

No dia 15 de maio de 2013, foram solicitadas informações complementares àquelas apresentadas em resposta ao questionário. Em 26 de junho de 2013, a empresa respondeu que iria disponibilizar as informações requeridas durante eventual verificação **in loco** a ser realizada pelos técnicos do DECOM.

1.5.5 Das associações

Em documento protocolado no dia 21 de janeiro de 2013, a Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo, doravante denominada ABCON, solicitou sua habilitação como parte interessada no processo de investigação em epígrafe. Diante da generalidade de segmentos atendidos pela ABCON, uma vez que a referida Associação representa diversos setores produtivos, em um primeiro instante, a solicitação foi indeferida, por entender que a Associação não representaria especificamente os importadores do produto objeto da investigação.

Em 1º de fevereiro de 2013, a ABCON enviou comunicação solicitando que fosse reconsiderado seu pedido de habilitação, alegando que dentre seus associados estariam 28 empresas que haviam importado o produto objeto da investigação durante o período analisado. Diante do exposto, considerando que a ABCON havia comprovado que representava parcela significativa dos importadores brasileiros do produto objeto da investigação, a decisão foi revista e passou-se a considerar a Associação como parte interessada no processo.

Por sua vez, a Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) protocolou, no dia 21 de janeiro de 2013, um requerimento solicitando sua habilitação como parte interessada no processo, informando que representaria suas associadas no curso da investigação. Com base na alínea c do §3º do art. 21 do Decreto nº 1.602/95, foi informado à CCIA que a Associação já seria parte interessada no processo por constituir entidade de classe que representava os interesses dos exportadores brasileiros de objetos de louça.

1.5.6 Das manifestações acerca do recebimento das informações solicitadas

A Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co. Ltd., em 16 de dezembro de 2013, protocolou sua manifestação final alegando haver cooperado com a investigação desde o início. A empresa declarou que, no entanto, houve um atraso na regularização da representação processual da empresa, devido à longa tramitação do documento no procedimento de consularização. A empresa afirmou que o ocorrido teria sido alheio à sua vontade e acrescentou que *“penalizar a empresa por mau desempenho das funções do consulado brasileiro é inteiramente desproporcional e desarrazoado”*.



A Zhongli entendeu que o questionário do produtor/exportador apresentado por ela não deveria ter sido desconsiderado, ainda que “tenha sido entregue com não atendimento, temporário, aos requisitos formais de representação”. A empresa comentou ainda que “a melhor prática internacional é a de valorizar as informações prestadas, com as devidas ressalvas relativas a eventuais problemas materiais encontrados, e não simplesmente desconsiderá-las”.

A empresa Guangxi Chengdahang Imp. & Exp. Co. Ltd, em sua manifestação protocolada no dia 16 de dezembro de 2013, demonstrou sua insatisfação em relação à desconsideração da resposta ao questionário oferecido pela empresa, em decorrência da apresentação de resposta conjunta com a empresa Guangxi Quanli Ceramic Co., Ltd, cuja procuração não fora apresentada tempestivamente. Entretanto, a empresa Chengdahang argumenta que em nenhum momento a Nota Técnica nº 119 contradisse o fato de que a empresa está regularmente representada nos autos, que comprovadamente exportou o produto objeto da investigação e que atuou tempestivamente e regularmente em todos os seus atos processuais, ainda que com dados de produção de terceiros (Quanli).

Nesse sentido, a empresa argumenta que eventual irregularidade relativa à representação processual de um terceiro, nesse caso a empresa Quanli, não pode vir a prejudicar a Chengdahang pela atribuição de margem mais gravosa com base na melhor informação disponível.

A Chengdahang afirma também que a fundamentação utilizada - na qual alega que as **trading companies** não dispõem de informações necessárias a respeito do produto, custo de produção e processo produtivo - não é apta para justificar a desconsideração de sua resposta. Primeiramente, a exportadora lembra foi enviado o questionário à Chengdahang, selecionando-a para fornecer informações. E, em segundo lugar, a despeito da presunção de que as **trading companies** não dispõem das informações necessárias, é fato que a empresa prestou estas informações, as quais foram juntadas aos autos. A exportadora ressaltou ainda que não foi atribuído à China o tratamento de economia de mercado, “*de modo que informações como custos e outras são desnecessárias para a análise do DECOM*”. Enfim, a empresa Chengdahang apontou a ocorrência de erro material, uma vez que se comparou com partes que não cooperaram com a investigação. Nesse sentido, a exportadora requisita a atribuição de margem individualizada a seus produtos e, caso não seja esse o entendimento, requer, pelo menos, a aplicação da margem aplicada às demais partes interessadas conhecidas.



1.5.7 Do posicionamento acerca do recebimento das informações solicitadas

Não obstante as alusões arroladas pela Zhongli, observando-se a fluência dos prazos relativos à regularização da representação processual, constata-se que a requerente descumpriu tais prazos. De fato, a resposta ao questionário foi protocolada em 12 de março de 2013 por representantes que não estavam, no momento, devidamente habilitados para atuar no processo em nome da requerente.

Portanto, com fulcro no §1º do art. 8º, Portaria SECEX nº 41/2012, a Zhongli dispôs do período improrrogável de 15 (quinze) dias contados da entrega da resposta para regularizar a situação de seus representantes. Ou seja, ela deveria ter apresentado o instrumento de mandato até o dia 27 de março de 2013 já que o último dia para oferecer a resposta foi dia 12 de março de 2013. Insta mencionar que, em 28 de março de 2013, a empresa solicitou dilação de prazo para a regularização da representação, ao que foi informada que não haveria concessão em razão de expressa previsão legal de impossibilidade de prorrogação (Ofício nº 01.846/2013/CGAC/DECOM/SECEX). Assim, a resposta ao questionário não foi juntada aos autos e não foi levada em conta para o cálculo do direito antidumping provisório.

Nesse sentido, por mais que se devam levar em consideração as dificuldades enfrentadas pelas partes, a atuação também deve ser orientada pelos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, previstos na Lei nº 9.784/99, art. 2º, parágrafo único, inciso VI, como mencionado pela requerente. Assim é que os prazos foram firmados, inclusive os de regularização da representação processual, tendo em conta dificuldades eventualmente enfrentadas pelas partes, mas também a duração razoável do procedimento.

No que tange à alegação de que se teria inovado no ordenamento jurídico concernente à defesa comercial ao impor direito antidumping mais gravoso à requerente, tem-se que toda e qualquer atuação encontra-se respaldada legalmente. Com efeito, o artigo 6, parágrafo 10 do Acordo Antidumping (AAD), estatuído pela Organização Mundial do Comércio (OMC), dispõe que, caso a parte não forneça a informação dentro de período razoável, a autoridade tem a aptidão para estabelecer suas conclusões com base na melhor informação disponível. O mesmo dispõe o art. 27, §3º do Decreto nº 1.602/95, o qual regulamenta as normas que disciplinam os procedimentos administrativos, relativos à aplicação de medidas antidumping.

Deste modo, a razão da recusa da resposta ao questionário apresentada pela Zhongli encontra-se incontestavelmente amparada pela legislação regulamentadora do processo de investigação antidumping. Esta recusa teve por implicação o estabelecimento do direito antidumping com base na melhor informação disponível, segundo autoriza o art. 13, §3º c/c art. 66 do Decreto nº 1.602/95.

No que concerne à suposta ofensa aos princípios constitucionais da isonomia e impessoalidade somada a tratamento discriminatório vedado pelo GATT, tem-se já demonstrado que a exportadora não se encontra na mesma situação que as empresas que apresentaram respostas tempestivas. Isso porque a sua resposta, conforme evidenciado, não foi protocolada com a documentação exigida dentro dos prazos previstos na legislação. Logo, não foi tempestiva, e, assim, não há que se falar em cooperação por parte da requerente e nem de cálculo de margem individualizada. Nesse sentido, importa citar o art. 66, §4º do Decreto nº 1.602/95 e artigo 6, parágrafo 7, Anexo II do AAD, os quais preveem a possibilidade de resultado menos favorável para a parte que não tenha cooperado.

Por outro lado, no caso das empresas exportadoras chinesas identificadas como partes interessadas no processo, selecionadas para responder ao questionário do exportador por ocasião da abertura da investigação, mas que não apresentaram as respostas como requerido, o direito antidumping proposto baseou-se na margem de dumping calculada para a empresa Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co., Ltd. Tal decisão encontra-se amparada pelos já citados art. 66, §4º do Decreto nº 1.602/95 e artigo 6, parágrafo 7, Anexo II do AAD, os quais preveem a possibilidade de resultado menos favorável para a parte que não tenha cooperado.

1.6 Das verificações in loco

Com base no § 2º do art. 30 do Decreto nº 1.602, de 1995, técnicos do DECOM realizaram verificações **in loco** nas instalações da Studio Tacto e Oxford, no intuito de averiguar a veracidade das informações prestadas na petição de abertura da investigação e em



suas complementações, e de obter maior detalhamento dos dados fornecidos.

A verificação **in loco** dos dados apresentados pela Studio Tacto ocorreu no período de 13 a 17 de maio de 2013. A verificação **in loco** dos dados apresentados pela Oxford foi realizada do dia 20 ao dia 24 de maio de 2013.

Na ocasião, foram cumpridos os procedimentos previstos nos roteiros encaminhados previamente às empresas, tendo sido verificados os dados relativos à produção, capacidade instalada, vendas, faturamento, estoques, número de empregados, massa salarial, custos de produção, demonstração de resultados, fluxo de caixa e retorno de investimentos. Além disso, foram obtidos esclarecimentos acerca do processo produtivo dos objetos de louça, além da estrutura organizacional das citadas empresas.

Foram consideradas válidas as informações fornecidas pelas empresas, bem como as correções e os esclarecimentos prestados. Os indicadores da indústria doméstica constantes desta Resolução incorporam os resultados das mencionadas verificações **in loco**.

Os relatórios das verificações **in loco** constam dos autos do processo, em sua versão reservada. Os documentos comprobatórios, relativos aos dados verificados, foram recebidos em bases confidenciais.

Nos termos do § 1º do art. 30 do Decreto nº 1.602, de 1995, técnicos do DECOM também realizaram verificações **in loco** nas instalações dos produtores/exportadores Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd., no período de 19 a 20 de agosto de 2013, em Guangxi, China; Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co., Ltd., no período de 22 a 23 de agosto de 2013, em Shangdong, China; e Shenzhen Yuking Trading Co., Ltd., no período de 26 a 27 de agosto de 2013, em Shenzhen, China, com o objetivo de confirmar e obter maior detalhamento das informações prestadas pelas empresas no curso da investigação.

Foram cumpridos os procedimentos previstos nos roteiros de verificação, encaminhados previamente às empresas, tendo sido analisados os dados apresentados nas respostas aos questionários e em suas informações complementares. Os dados dos produtores/exportadores constantes desta Resolução levam em consideração os resultados das mencionadas verificações **in loco**.

Durante a verificação **in loco** ocorrida na Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co. Ltd., a equipe do DECOM apurou que a empresa comprava o produto pré-fabricado (a cerâmica pintada e sem decoração) e apenas fazia a decoração das peças de cerâmica. A exportadora explicou que adquiria os produtos pré-fabricados de diversas companhias diferentes que, segundo ela, seriam relacionadas. A partir das peças adquiridas prontas e pintadas, a empresa aplicaria a decoração, que consiste de um adesivo com desenhos ou o nome do cliente, e coloca os produtos em um forno para fixação da referida decoração. Verificou-se, portanto, que a Zhongyi Macca somente realiza a última etapa do processo produtivo, ou seja, a decoração e posterior embalagem dos produtos pré-fabricados.

As versões reservadas dos Relatórios de Verificação **in loco** das empresas citadas constam dos autos reservados do processo e os documentos comprobatórios apresentados durante as verificações foram recebidos em bases confidenciais.

Nos termos do § 1º do art. 30 do Decreto nº 1.602, de 1995, foi realizada verificação **in loco** também nas instalações da produtora do terceiro país de economia de mercado - Locería Colombiana -, a qual ocorreu no período de 23 a 25 de setembro de 2013 nas cidades de Caldas e de Medellín, Colômbia, com o objetivo de confirmar e obter maior detalhamento das informações prestadas pela empresa no curso da investigação.

Foram cumpridos os procedimentos previstos no roteiro de verificação, encaminhado previamente à empresa, tendo sido verificados os dados apresentados na resposta ao questionário. No curso da verificação a Locería Colombiana forneceu à equipe investigadora os dados que não haviam sido apresentados em resposta ao pedido de informações complementares. Os dados do produtor do terceiro país de economia de mercado constante desta Resolução levam em consideração os resultados da mencionada verificação **in loco**.

A versão não-sigilosa do Relatório de Verificação **in loco** da empresa citada consta dos autos reservados do processo e os documentos comprobatórios foram recebidos em bases confidenciais.

1.7 Da prorrogação da investigação

Em 17 de outubro de 2013, notificou-se todas as partes interessadas conhecidas de que, nos termos da Circular SECEX nº 59, de 4 de outubro de 2013, publicada no D.O.U de 7 de outubro de 2013, o prazo regulamentar para o encerramento da investigação, 26 de dezembro de 2013, fora prorrogado por até seis meses, consoante o art. 39 do Decreto nº 1.602, de 1995.

1.8 Da audiência de meio de período

Por intermédio de correspondências protocoladas em 18 de fevereiro de 2013, a ABCON e a Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) solicitaram a realização de audiência nos termos do art. 31 do Decreto nº 1.602, de 1995, com o objetivo de discutir a definição do produto objeto da investigação e a similaridade entre o produto importado e aquele fabricado pela indústria doméstica.

Acrescenta-se que as empresas Rojemac, Toyland, Bemba e Full Fit também solicitaram, em correspondências protocoladas no dia 15 de março de 2013, o agendamento de uma audiência para discutir a definição do produto objeto da investigação.

Considerando que as solicitações mencionadas acima foram apresentadas tempestivamente, foram convocadas as partes interessadas para participarem de uma audiência, que foi realizada no dia 4 de setembro de 2013, para tratar dos referidos temas.

Participaram da audiência, além de funcionários do DECOM, representantes da Confederação Nacional do Comércio, das petionárias, dos produtores nacionais Germer Porcelanas Finas S/A, Porto Brasil Cerâmica Ltda e Porcelana Schmidt S/A, dos exportadores Guangxi Chengdahang Imp. & Exp. Co., Ltd., Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co.,Ltd., Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd., Photo USA Electronics, da Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) e Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON), dos importadores C&C Casa e Construção Ltda., Yangzi Brasil Corporation Ltda., Imaginarium Comércio de Presentes e Decorações S/A, Brinox Metalúrgica S/A, Le Creuset do Brasil Ltda, Cromus Embalagens Indústria e Comércio Ltda., Esper Comércio e Serviços de Informática Ltda., Anderson de Simas ME, Cobimex Connect Brasil Import Export Ltda, Imeltron Comércio Importação e Exportação Ltda, HCL Comércio Exterior Ltda., Colorkit Comércio e Importação de Material Fotográfico Digital Ltda., Multinox Equipamentos, Resitech Brazilian Quality Group Ltda, Irmãos Muffato & Cia Ltda, Muito Brother Comércio de Brinquedos e Utilidades Domésticas Ltda., Quadrifoglio Comércio, Importação e Exportação Ltda., TF4



Entretenimento, Mimo Importação e Exportação Ltda., Metalnox Indústria Metalúrgica Ltda., Havan Lojas de Departamentos Ltda., Companhia Brasileira de Distribuição e Wal Mart Brasil Ltda.

As manifestações apresentadas pelas partes interessadas durante a audiência e reduzidas a termo nos autos do processo no prazo legal estão reproduzidas nesta Resolução, segmentadas de acordo com o tema tratado em cada uma delas.

1.8.1 Das manifestações acerca da audiência de meio de período

Em 13 de dezembro de 2013 a Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON) declarou que, durante a audiência realizada em 4 de setembro, as Peticionárias arguíram de forma irônica e ofensiva: *“a afirmação, que carece de verdade, deve ter sido fruto de péssima interpretação dos depoimentos dos representantes das Peticionárias durante a Audiência, ou de um problema de audição dos representantes da Abcon”*. A ABCON, sob a justificativa de falta de profissionalismo dos representantes das Peticionárias, solicitou o fornecimento de cópia das atas e do áudio das audiências realizadas nos dias 04 de setembro e 27 de novembro.

1.8.2 Do posicionamento

Esclarece-se que as referidas gravações não estão disponíveis para as outras partes, pois as mesmas apenas estão sendo realizadas a título de teste.

1.9 Da aplicação de direito antidumping provisório

Conforme recomendação constante do Parecer DECOM nº 21, de 12 de julho de 2013, nos termos do § 5º do art. 34 do Decreto nº 1.602, de 1995, foi aplicado direito antidumping provisório, por meio da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>), publicada no D.O.U. de 29 de julho de 2012, às importações brasileiras de objetos de louça para mesa, originárias da República Popular da China, comumente classificadas nos códigos 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL – NCM, por um prazo de até 6 (seis) meses, a ser recolhido sob a forma de alíquota específica fixada em dólares estadunidenses por quilograma, nos montantes abaixo especificados:

Direito Antidumping Provisório

Origem	Produtor/Exportador	Direito Antidumping Provisório (em US\$/kg)
China	Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd.	1,84
	Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co.,Ltd.	2,50
	Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory	1,34
	Shenzhen Evergrowing Industrial Co. Ltd.; Guangxi Chengdahang Imp. & Exp. Co. Ltd.; Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co. Ltd.; Champion Enterprises International Limited; Qingdao Power Source Co., Ltd.; e Dasen Industrial Co., Limited.	4,66
	Empresas chinesas identificadas no Anexo II da Resolução CAMEX e não constantes desta tabela	3,07
	Demais	4,66

1.10 Da audiência de final de período

Em atenção ao que dispõe o art. 33 do Decreto nº 1.602, de 1995, todas as partes interessadas foram convocadas para a audiência final, assim como a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA, a Confederação Nacional do Comércio – CNC, a Confederação Nacional da Indústria – CNI e a Associação de Comércio Exterior – AEB.

Participaram da audiência, além de funcionários do DECOM, representantes do Ministério da Fazenda, das peticionárias, dos produtores nacionais Germer Porcelanas Finas S/A, Porto Brasil Cerâmica Ltda e Porcelana Schmidt S/A, dos exportadores Guangxi Chengdahang Imp. & Exp. Co., Ltd., Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co.,Ltd., Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd., Shenzhen Yuking Trading, Photo USA Electronics, da Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) e Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON), dos importadores Brinox Metalúrgica S/A, Le Creuset do



Brasil Ltda, HCL Comércio Exterior Ltda., Quadrifoglio Comércio, Importação e Exportação Ltda., Havan Lojas de Departamentos Ltda. e Wal Mart Brasil Ltda. e do Ministério Público Federal.

1.11 Da proposta de compromisso de preço

Em 17 de dezembro de 2013, a Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) protocolou, em nome das cento e vinte e seis empresas produtoras e exportadoras de objetos de louça a ela associadas, proposta de compromisso de preços, nos termos do art. 35 do Decreto nº 1.602, de 1995.

Em virtude da recusa de tal proposta, a CCIA protocolou, em 30 de dezembro de 2013, nova proposta de compromisso de preços.

Insta ressaltar que a mencionada associação ofereceu, de fato, por meio de um documento único, cento e vinte e seis propostas de compromisso de preços, que deveriam ser individualmente consideradas. A opção pela apresentação de tal documento único, pela CCIA, decorreu da necessidade de facilitação da operacionalização do compromisso de preços, visto o fato de haver grande quantidade de empresas a ele signatárias.

Acordadas as suas condições, o Termo de Compromisso de Preços foi firmado, em 30 de dezembro de 2013, pela CCIA e o DECOM, tendo este decidido pela recomendação de sua homologação e conseqüente suspensão dos procedimentos sem o prosseguimento de investigação de dumping com relação às exportações das cento e vinte e seis empresas listadas no item 2 do referido termo.

Dessa forma, as referidas empresas se comprometeram a exportar para o Brasil a um preço não inferior ao estabelecido no compromisso de preços, qual seja, US\$ 3,20/kg (três dólares estadunidenses e vinte centavos por quilograma), em condição CIF, líquido de demais despesas, o qual será ajustado, ao início de cada ano civil, através do IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor - Amplo, correspondente à variação registrada nos doze meses que compõem cada ano civil imediatamente anterior ao do reajuste.

Deve ser observada uma limitação de quantidade para cada ano civil, contados a partir de 1º janeiro de 2014, até o término de sua vigência. O limite de volume inicial anual estabelecido para o ano de 2014 ("período-base") é de 25.000.000 kg (vinte e cinco milhões de quilogramas), sendo o volume aumentado, ao início de cada ano civil subsequente, em 5% (cinco por cento) em relação ao período anterior.

Verificando-se, a partir das estatísticas oficiais de importação brasileiras, que o volume máximo foi atingido antes do término de cada ano civil, as empresas participantes do compromisso de preços não exportarão para o Brasil - direta ou indiretamente - o produto investigado até o término do respectivo ano civil. Iniciando-se um novo ano civil, as empresas participantes poderão retomar suas exportações para o Brasil, nos termos estabelecidos no compromisso de preços, até que, novamente, atinjam o limite quantitativo estabelecido para o respectivo ano civil, quando deverão interromper suas exportações para o Brasil, até o início de novo ano civil, e assim sucessivamente até o término de vigência do referido compromisso.

Caso qualquer das empresas participantes do compromisso descumpra as disposições nele estabelecidas, o mesmo será considerado violado na sua totalidade e a investigação será retomada, sendo aplicados os fatos disponíveis.

Ressalte-se que para mercadorias cuja data de embarque constante no conhecimento de embarque seja anterior àquela de publicação do compromisso de preços no Diário Oficial da União, não será exigido o cumprimento dos preços nele acordados e sim o direito antidumping provisório fixado por meio da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>), publicada no Diário Oficial da União de 29 de julho de 2013 ou o direito antidumping definitivo, conforme o caso.

As demais condições acordadas no referido compromisso estão devidamente explicitadas no Termo de Compromisso de Preços, em anexo a esta Resolução (Anexo I).

1.12 Do encerramento da fase de instrução

De acordo com o estabelecido no art. 33 do Decreto nº 1.602, de 1995, no dia 12 de dezembro de 2013 encerrou-se o prazo de instrução da investigação em epígrafe. Naquela data completaram-se os 15 dias após a audiência final, previstos no art. 33 do Decreto nº 1.602, de 1995, para que as partes interessadas apresentassem suas últimas manifestações.

No prazo regulamentar, manifestaram-se acerca da Nota Técnica DECOM nº 119, de 2013, as partes interessadas Wal-Mart Brasil Ltda., Bompreço Bahia Supermercados do Nordeste Ltda e WMS Supermercados do Brasil Ltda.; HCL Comércio Exterior Ltda.; Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd.; Guangxi Beiliu Zhongli Ceramics Co., Ltd.; Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA); Distribuidora Quadrifoglio Comércio, Importação e Exportação Ltda., Oxford Porcelanas S/A; Indústria e Comércio de Cerâmica Tirolesa (Studio Tacto); Photo USA Electronics Graphic Inc.; Shenzhen Yuking Trading Co., Ltd. e Gangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory; Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA); Companhia Brasileira de Distribuição (CBD); Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co.; Guangxi Chengdahang Imp. & Exp. Co. Ltd.; Brinox Metalúrgica S.A.; Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON). Os comentários dessas partes acerca dos fatos essenciais sob julgamento constam desta Resolução, de acordo com cada tema abordado.

Deve-se ressaltar que, no decorrer da investigação, as partes interessadas puderam solicitar, por escrito, vistas de todas as informações não confidenciais constantes do processo, as quais foram prontamente colocadas à disposição daquelas que fizeram tal solicitação, tendo sido dada oportunidade para que defendessem amplamente seus interesses.

DO PRODUTO

2.1 Definição

Os objetos de louça para mesa são, usualmente, classificados sob as posições 6911 e 6912 da Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM e englobam os seguintes produtos: conjuntos de mesa (jogo ou aparelho) para almoço, jantar, café ou chá; pratos (rasos, fundos, para sobremesa, sopa, bolo, torta, giratórios); xícaras (café e chá) e pires; outros pratos e conjuntos; canecas; vasilhas; assadeiras; formas; travessas; saladeiras; e terrinas.



O termo “louça” refere-se às variedades de utensílios de mesa utilizados para receber e servir alimentos, seja para uso doméstico ou comercial, feitos de cerâmica, incluindo o subtipo específico porcelana (destacado na posição da NCM 6911). Louça seria, então, o coletivo que congrega todos os artefatos produzidos a partir dos materiais tecnicamente denominados faiança e porcelana, que se diferem apenas pela composição dos elementos e formas. Todos são utilizados no serviço de mesa e são fabricados pelo mesmo processo produtivo, com a utilização dos mesmos equipamentos, feitos com argila ou barro, queimados em fornos de alta temperatura.

Já o termo “cerâmica” se refere ao material de todos os objetos modelados em argila e cozidos, sendo a porcelana uma variedade de cerâmica. A elaboração de objetos de cerâmica pressupõe a preparação da argila crua, a modelagem desta argila úmida e plástica, a secagem lenta e a queima acima de 1000°C, temperatura em que a argila passa por alterações físico-químicas irreversíveis, ou seja, sintetiza-se e se transforma em cerâmica, tornando-se impossível retornar ao estado original de argila crua.

Ainda que a porcelana, como já descrito, seja uma categoria do grupo “cerâmica”, faz-se referência à “porcelana” para os produtos deste material (NCM 6911), e à “cerâmica” para os demais produtos (NCM 6912).

Enquanto a argila vermelha, rica em óxido de ferro, resulta na cerâmica “terracota”, avermelhada e porosa, a argila branca praticamente não contém óxido de ferro, resultando na faiança ou majólica, branca ou marfim e porosa.

Estes produtos, comumente identificados como “cerâmicas”, em referência à sua matéria-prima, são produtos que apresentam maior porosidade e menor dureza. A produção de cerâmica envolve uma massa de sílica composta e de menor pureza, com custo menor em relação ao da argila de porcelana

Por sua vez, a argila utilizada na “porcelana” é encontrada na natureza; porém, antes de sua utilização, necessita ser beneficiada para a eliminação de todos os elementos contaminantes nela misturados. Rica em caulim e sem qualquer teor de óxido de ferro, uma vez processada resulta na porcelana, branca, às vezes translúcida, com porosidade de até 1%.

Os objetos de louça de porcelana apresentam alta dureza e textura brilhante, sempre vitrificadas no próprio processo de cozimento da massa. Outra característica peculiar da porcelana é sua sonoridade típica, com um timbre agudo quando estimulada.

As superfícies do produto, por questões de higiene, devem ser vidradas. O vidrado deve ser íntegro, sem rachaduras do tipo craquelado (para não alojar microrganismos) e não conter matérias-primas tóxicas como, por exemplo, o chumbo e o cádmio.

De maneira geral, existe uma discrepância entre a terminologia técnica e a comercial/coloquial quando se faz referência à louça para mesa. Tecnicamente, a “cerâmica” é o grupo de produtos produzidos com argilas e cozidas; incluindo os produtos de cerâmica para revestimento, a sanitária, a elétrica, etc. No subitem “cerâmica de mesa”, na terminologia técnica, temos diversos subprodutos como: porcelana, grês, faiança e terracota. Todos estes produtos têm características técnicas similares, sendo a cor um dos elementos que os diferencia (exemplificativamente, terracota é cor tijolo), bem como a porosidade (a porcelana tem menos de 1% de porosidade, e por isto é chamada de vitrificada).

Em princípio, os usos e aplicações de todos os subgrupos mencionados são similares, havendo, entretanto, uma preferência histórica pelo uso da porcelana, por sua maior resistência, apesar de suas espessuras menores.

O uso (motivação de compra e destinação final) do produto pode ser classificado da seguinte forma: uso doméstico (em residências); uso institucional (em bares, restaurantes, hotéis, cantinas, etc.); e uso promocional (majoritariamente as canecas, mas podendo também ser pratos ou aparelhos).

Assim, os objetos de louça podem ser comercializados em jogos, aparelhos ou avulsos. No caso dos jogos e aparelhos, o produto é o serviço de louça e acessórios composto por um conjunto de peças que formam um todo, embaladas em um mesmo pacote. O jogo normalmente refere-se àqueles casos em que as peças são as mesmas: jogo de café, chá, canecas, etc. O aparelho normalmente está composto por peças diferentes: aparelho de almoço ou de jantar composto por prato fundo, raso, travessa, etc. As peças também podem ser comercializadas de forma avulsa, chamadas de peças soltas.

A única norma brasileira para os produtos abrangidos nesta investigação é a Portaria nº 27, de 13 de março de 1996, da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde (substituída pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA). Esta norma, que é similar à norma internacional ISO 6486-2, estabelece limites de liberação de chumbo e cádmio para utensílios domésticos que entrem em contato com alimentos. A presença destes metais pesados em limites acima dos estabelecidos pela norma são potencialmente danosos para a saúde humana, pois o corpo não elimina o material absorvido, ocasionando uma intoxicação gradual do organismo. Não existe, contudo, uma exigência de conformidade da norma por parte da ANVISA, quer nos produtos fabricados no Brasil, quer nos importados.

Os processos produtivos das peças de cerâmica e porcelana são muito similares entre si. Existem quatro etapas principais para a fabricação das peças: **(i) Produção da massa:** o processo se inicia com a preparação de uma “massa”, produzida a partir da moagem, dosagem e mistura com água das matérias-primas. As matérias-primas são depositadas em moinhos de bola, onde sofrem um processo de redução da sua granulometria (moagem). No caso da cerâmica, adiciona-se argila, caulim, feldspato, talco e calcita. No caso da porcelana, retira-se o talco e a calcita para adicionar o quartzo. Posteriormente, a massa é bombeada para um filtro prensa, a fim de remover o ar e a água da mistura, até que o nível de umidade seja reduzido para cerca de 20%. As placas de argila formadas no filtro são passadas através de uma extrusora (chamada maromba a vácuo), de forma a remover mais ar e transformar as placas em tarugos.

(ii) Conformação: existem três processos de conformação: a) Via massa seca (prensas isostáticas): após a produção da massa líquida, ela é passada em um atomizador para eliminação da água. O pó resultante deste processo é prensado para produção de pratos, travessas, saladeiras e outras peças planas. b) Via úmida para peças planas e ocas regulares (xícaras e canecas): a massa extrusada é cortada em pastelas que são colocados sobre formas de gesso e torneadas em um equipamentos denominado “roller” que é uma espécie de torno ou em outras palavras uma roda de oleiro moderna. c) Via úmida para peças irregulares (cafeteiras, açucareiros, sopeiras, etc.): a massa líquida, resultante da moagem, é colocada em moldes de gesso no formato da peça. O gesso absorve uma parte da água contida na massa e forma uma camada sólida que vem ser a parede de peça. Após um período pré-determinado o excesso de massa líquida é eliminado restando na peça pronta. Este processo é conhecido por fundição ou colagem. **(iii) Tratamento Térmico (“Queima”):** O processamento térmico é de fundamental importância para obtenção dos produtos cerâmicos, pois, dele



depende o desenvolvimento das propriedades finais destes produtos. Esse tratamento compreende as etapas de secagem e queima. Após a etapa da modelagem, as peças em geral continuam a conter água, proveniente da preparação da massa. Para evitar tensões e, conseqüentemente, defeitos nas peças, é necessário eliminar essa água, de forma lenta e gradual, em secadores intermitentes ou contínuos, a temperaturas que variam entre 50° C e 150° C. Na operação de queima, conhecida também por sinterização, os produtos adquirem as suas propriedades finais. As peças, após a secagem, são submetidas a um tratamento térmico a temperaturas elevadas, que, para a maioria dos produtos, situa-se entre 1.000° C e 1.450° C, em fornos contínuos (em operação 24 horas por dia), ou intermitentes, que operam em três fases: um estágio de aquecimento, uma zona quente ou estágio de sinterização/vitrificação e um estágio de resfriamento. Particularmente quanto às porcelanas, estas são queimadas a temperaturas mais altas e em cápsulas fechadas e/ou em tripés (ou suportes) de carvão de silício. Nesta etapa, as peças perdem toda a umidade e criam a resistência e porosidade necessárias, características essenciais das peças de cerâmica e porcelana. É importante mencionar que, por ser exposta a temperaturas maiores, dentre outros fatores, a porcelana acaba se tornando mais cara que a cerâmica. Os fornos são geralmente do tipo túnel. Do consumo de energia do forno (gás, eletricidade ou carvão), cerca de 75% são consumidos no aquecimento do forno e o restante na queima do produto. Desta forma, se um forno for operado abaixo da sua capacidade máxima ou do seu **mix** ideal de queima (proporção entre pratos e xícaras), a eficiência da queima é significativamente prejudicada, com aumentos sensíveis nos custos fixos (combustível para aquecimento do forno e os operadores), uma vez que devem ser rateados por uma quantidade menor de peças. Após esse processo, ocorre a aplicação do esmalte (ou verniz) e, posteriormente, essa massa passa por uma segunda queima; no caso da porcelana, a uma temperatura acima de 1.300° C, obtendo-se a peça de porcelana branca e brilhante. **(iv) Decoração:** As peças de cerâmica e porcelana ainda passam por uma fase de decoração, que pode ser feita com diversas técnicas: serigrafia, tampografia, decalcomanias, pintura manual, etc. Estes processos representam as técnicas de decoração utilizadas em quase todas as peças de cerâmica e porcelana. A serigrafia, o método de decoração mais barato, é um processo de impressão no qual a tinta é vazada pela pressão de um rodo ou puxador através de uma tela preparada. A tela (matriz serigráfica), normalmente de poliéster ou náilon, é esticada em um bastidor (quadro) de madeira, alumínio ou aço. A tampografia é um processo de impressão indireta que consiste na transferência de tinta do clichê (matriz) para a peça a ser decorada através do tampão. A técnica constitui um sistema de impressão capaz de imprimir em superfícies irregulares, côncavas, convexas, planas, etc. O processo da decalcomania, o processo de decoração mais caro, usa um material feito por impressão serigráfica em procedimento separado. Os decalques são molhados em água e aplicados manualmente no prato, com o uso de uma esponja levemente úmida. Posteriormente, são fixados à peça, em uma terceira queima de média ou alta temperatura, dependendo do tipo do corante. A técnica descrita é outro dos componentes de custo que elevam o preço do produto decorado com decalcomania. Vale notar que praticamente apenas a porcelana é decorada pelo processo da decalcomania, embora a cerâmica também possa ser decorada assim. Outro fator que também contribui para que a porcelana seja mais cara do que a maioria das cerâmicas é que, além do custo da decalcomania, há adicionalmente o custo da aplicação manual e da terceira queima. A técnica de pintura manual envolve a pintura sobre a superfície da peça com um pincel antes de ser vitrificada. Quando a decoração é concluída, as peças são queimadas e passam, então, pelo processo de embalagem.

2.2 Do produto objeto da investigação

O produto objeto dessa investigação consiste nos objetos de louça para mesa, independentemente do seu grau de porosidade, comumente classificados nos itens 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da NCM, originários da China.

Esses itens da NCM abarcam os seguintes tipos/espécies de objetos de louça para mesa: conjuntos de mesa (jogo ou aparelho) para almoço, jantar, café ou chá; pratos (rasos, fundos, para sobremesa, sopa, bolo, torta, giratórios); xícaras (café e chá) e pires; outros pratos e conjuntos; canecas; vasilhas; assadeiras; formas; travessas; saladeiras; e terrinas.

O produto importado da China possui as características descritas no item anterior e é fabricado a partir do processo produtivo especificado no mesmo item.

Segundo as petionárias, os produtores de objetos de louça da China, por razões de redução de custos, apesar de adotarem o processo produtivo descrito no item 2.1, utilizam, também metais pesados (chumbo e cádmio) na fabricação dos objetos de louça. O chumbo e o cádmio baixam a temperatura de queima dos utensílios de louça e, com isto, diminuem o consumo de combustível usado na queima. Note-se que o combustível é um item relevante na composição do custo de fabricação do produto.

É importante destacar que estão excluídas da definição de produto objeto da investigação os utensílios de corte de louça importados da China.

2.3 Da classificação e do tratamento tarifário

O produto objeto da presente análise é comumente classificado nos itens 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da NCM. Registre-se que, de abril de 2007 a março de 2012, a alíquota do imposto de importação do item supra citado manteve-se inalterada em 20% (vinte por cento).

Classificação e Descrição do Produto

NCM	Descrição da TEC
69	Produtos cerâmicos
6911	Louça, outros artigos de uso doméstico e artigos de higiene ou de toucador, de porcelana.



6911.10	Artigos para serviço de mesa ou de cozinha.
6911.10.10	Conjunto (jogo ou aparelho) para jantar, café ou chá, apresentado em embalagem comum.
6911.10.90	Outros.
6912.00.00	Louça, outros artigos de uso doméstico e artigos de higiene ou de toucador, de cerâmica, exceto de porcelana.

2.4 Do produto fabricado no Brasil

O produto fabricado pela Oxford e pelo Studio Tacto são os objetos de louça para mesa, independentemente do seu grau de porosidade. Segundo as empresas, o produto fabricado no Brasil não apresenta diferenças em relação ao produto importado.

A empresa Oxford produz conjuntos de mesa (jogo ou aparelho) para almoço, jantar, café ou chá; pratos (rasos, fundos, para sobremesa, sopa, bolo, torta, giratórios); xícaras (café e chá) e pires; canecas; vasilhas; assadeiras; formas; travessas; saladeiras; e terrinas de cerâmica e de porcelana.

Já a empresa Studio Tacto produz conjuntos de mesa (jogo ou aparelho) para almoço, jantar, café ou chá; pratos (rasos, fundos, para sobremesa); xícaras (café e chá) e pires; e canecas apenas de cerâmica.

Segundo informações das peticionárias, a indústria brasileira trabalha exclusivamente com matérias-primas que estão em conformidade com as normas internacionais, tendo em vista exportar para diversos destinos. A maioria dos países exige um certificado emitido por laboratórios certificados internacionalmente que ateste que os produtos importados estão em conformidade com as suas normas.



2.5 Das manifestações acerca da definição do produto objeto da investigação e da similaridade entre o produto investigado e o nacional

Deve-se ressaltar, inicialmente, que as manifestações apresentadas antes do dia 31 de maio de 2013 foram consideradas e reproduzidas no Parecer nº 21, de 12 de julho de 2013, relativo à determinação preliminar no âmbito desta investigação. Essas manifestações, por economia processual, não foram incorporadas a esta Resolução, uma vez que já se posicionou a respeito de cada uma delas. As manifestações das partes interessadas reproduzidas no decorrer deste documento se restringem àquelas protocoladas após a mencionada data.

Em 19 de agosto de 2013, a Esper Comércio e Serviços de Informática Ltda. protocolou manifestação por meio da qual solicitou a retirada das canecas porcelanadas resinadas dos produtos incluídos no escopo da investigação. Entre os motivos para tal exclusão, a empresa argumentou que não há similaridade entre o produto importado pela empresa e aquele produzido pela indústria doméstica, além de não existir fabricação deste item por parte da indústria doméstica. Ademais, a empresa alegou que a imposição de alíquota antidumping a esse produto acarretaria em prejuízo a outros setores da economia que o utilizam como insumo.

Sobre a referida caneca, a empresa informou que:

“São canecas de porcelana, constituídas de compostos inorgânicos, sem decoração, cuja superfície externa foi revestida por uma película de um poli (éster acrílico) contendo ligações cruzadas e grupos orgânicos polares. A finalidade da película é modificar as propriedades da superfície da porcelana tornando-a menos rígida, menos dura, mais aderente e mais permeável visando o emprego da técnica de decoração por sublimação. Os objetivos da película são absorver e fixar a tinta sublimática, mantendo a forma e a qualidade da imagem, incluindo todas as cores.

(...)

A decoração é feita após a etapa de vitrificação com o objetivo de personalizar a caneca. Na sublimação, uma imagem de alta resolução é impressa em um papel sublimático usando uma impressora jato de tinta sublimática. A transferência da imagem é feita usando uma prensa térmica sob condições de tempo que variam entre 30seg e 4 min, temperatura entre 180 e 200°C e pressão específica a depender do modelo da prensa utilizada. As imagens digitais podem ser de fotos pessoais ou de divulgação, logotipos, logomarcas, desenhos, textos.(...)”

A empresa argumentou ainda sobre as diferenças entre a caneca importada resinada e a caneca importada não resinada:

“A superfície externa da caneca resinada, por ser formada por um polímero, apresenta maior dureza do que a superfície da caneca de porcelana importada sem a resina e da superfície da caneca de fabricação nacional, nesta ordem. Quando a caneca resinada importada é riscada, o revestimento polimérico é retirado facilmente liberando grande quantidade de material particulado (...). Na caneca sem resina importada observa-se apenas o risco na peça. Desta forma, a distinção entre os dois tipos de caneca (resinada e não resinada) pode ser feita facilmente e rapidamente usando, por exemplo, um estilete para riscar a superfície externa das canecas. Isto se opõe às afirmações das peticionárias constantes no processo.”

Com referência às canecas fabricadas pela indústria doméstica, a Esper argumentou que:

“São feitos de materiais de constituição química diferentes. A caneca nacional é feita de porcelana, um produto essencialmente inorgânico. A caneca resinada importada é constituída de porcelana e de uma película de um poli (éster acrílico), é um produto heterogêneo, de natureza orgânica-inorgânica.

(...)



A superfície da caneca de porcelana fabricada pela indústria doméstica não permite a absorção nem a fixação de tinta sublimática nem a transferência, absorção e fixação da imagem impressa em papel sublimático.”

E com relação à finalidade das canecas, a empresa informou que:

“A principal finalidade das canecas de porcelana de fabricação nacional é o uso doméstico diário para conter líquidos. Para isso, apresentam resistência química, dureza, impermeabilidade, durabilidade das imagens, etc, compatível com a sua finalidade. (...) A principal finalidade das canecas de porcelana resinadas é permitir a transferência de imagens por sublimação, para fins de decoração, presentes, lembranças e brindes. Para isso, possuem propriedades compatíveis (...). Não está pronta para uso imediato, o consumidor final encomenda a arte nas lojas de fotos, de presentes, de brindes. O uso principal é decorativo. É a lembrança, conter líquidos é consequência.(...)”

Nesse sentido, a Esper reiterou a solicitação de exclusão das canecas resinadas da investigação pelo fato de não existir fabricação pela indústria nacional.

Em 21 de agosto de 2013, as empresas Wellmix Importação de Utilidades e Muito Brother Comércio de Brinquedos e Utilidades Domésticas solicitaram que se realizasse a distinção entre os produtos conforme sua categoria (primeira linha, produtos populares, produtos sazonais, etc), e definisse o processo fabril utilizado em cada tipo de produto importado e no nacional, pois existiriam diversas variantes que acabariam por excluir a similaridade entre os produtos.

Em 22 de agosto de 2013, o empresário em empresa individual de responsabilidade limitada Anderson de Simas Eirelli ME afirmou que, após a fixação dos direitos antidumping provisórios, estaria enfrentando dificuldades em sua atividade econômica devido ao valor da alíquota aplicada, bem como da impossibilidade de aquisição de insumos necessários à sua linha de produção, uma vez que a indústria nacional não conseguiria suprir a demanda de mercado existente.

Alegou ainda que a redução de produtos no mercado, além de inviabilizar seu processo produtivo, ainda auxiliaria na majoração da inflação e afetaria o desenvolvimento de uma série de outras atividades econômicas que se utilizam dos produtos objeto da investigação. Por fim, solicitou maior detalhamento das informações relativas aos produtores nacionais com relação à capacidade de produção e atendimento do mercado brasileiro de forma eficiente, bem como quanto ao preço praticado no mercado doméstico para produtos de qualidades diferentes.

A Photo USA Electronics Graphic INC. (Photo USA), em manifestação protocolada em 22 de agosto de 2013, reiterou sua solicitação de exclusão da presente investigação das canecas de cerâmica com revestimento de poliéster, adequadas para a impressão de fotos pelo processo de sublimação.

A empresa afirmou que nenhuma das características apontadas como relevantes para fins de similaridade seria comum entre as canecas de cerâmica comuns e as canecas para impressão por sublimação, tendo apresentado os seguintes argumentos: (a) As canecas para transferência de imagem por sublimação possuem revestimento de poliéster e as canecas comuns não possuem, impossibilitando-as de receber a transferência de imagem. Dessa forma, as características físicas desses produtos seriam diferentes; (b) As matérias-primas para a produção desses dois tipos de produto também seriam diferentes, sendo o poliéster uma matéria-prima relacionada apenas às canecas para sublimação; (c) Os processos produtivos dos dois tipos de canecas também seriam diferentes, visto que a produção das canecas para sublimação requer dois passos adicionais em relação às canecas comuns: a fixação do revestimento em poliéster (no país de exportação) e também a transferência da imagem por sublimação (no país importador). Tais procedimentos constituiriam uma transformação essencial em termos da agregação de valor do produto (cerca de 2000%, após a transferência da imagem). Dessa forma, esse tipo de produto não estaria em competição direta, nem seria intercambiável com o produto objeto da investigação ou o produto brasileiro; (d) As finalidades dos dois tipos de produto também seriam diferentes. Enquanto as canecas para sublimação seriam um produto semi-acabado, uma matéria-prima para a indústria gráfica e de fotos, as canecas produzidas pela indústria doméstica seriam um produto final destinado a ser vendido pela indústria de varejo para consumidores finais, sendo utilizadas para ingerir e armazenar líquidos. Com relação a este último ponto, a empresa também afirmou que mesmo que as canecas para sublimação também possam ser utilizadas como recipiente de líquidos, essa não seria sua finalidade, ainda mais antes de completado seu processo de produção; (e) Sob o ponto de vista da oferta, os dois tipos de produto não seriam substitutos, devido ao processamento adicional das canecas para sublimação, que exigiria alterações prévias no processo produtivo. Do ponto de vista da demanda, tais canecas também não seriam substitutas, visto que o consumidor não as encontraria nesse estado nos supermercados e muito menos compraria um exemplar antes da transferência de imagem para a finalidade de armazenar líquidos, já que, além do mais, perceberiam a caneca para sublimação como um produto final apenas após a transferência de imagem. Dessa forma, tratar-se-iam de mercados distintos. Por fim, haveria ainda o fator preço, já que as canecas para sublimação resultariam em alto preço na venda a varejo, depois do processo de transferência de imagem.

A empresa ainda aduziu um argumento adicional, supostamente negligenciado pelo parecer de determinação preliminar, que deveria ser considerado na análise de similaridade: os canais de distribuição. Enquanto as canecas para sublimação seriam encontradas por consumidores finais em lojas especializadas, após serem distribuídas a processadores adicionais para posterior manufatura e serviços, as canecas comuns seriam vendidas a importadores e varejistas para venda direta ao consumidor final. Tratar-se-iam, portanto, de duas indústrias distintas: a indústria gráfica e de impressão fotográfica, no caso das canecas para sublimação e outros produtos gráficos, e a indústria de objetos de louça, que fabrica as canecas e objetos de louça comuns.

Ademais, alegou que uma série de manifestações presentes no mencionado parecer de determinação preliminar reforçariam sua posição, quais sejam, aquelas apresentadas pelas empresas Colorkit Com. e Imp. De Material Fotográfico Digital Ltda., Art Hot Distribuidora Ltda. EPP, Texas Imports, Metalnox Indústria Metalúrgica Ltda, Esper Comércio e Serviços de Informática Ltda. Ademais, a própria razão social dos importadores de canecas para sublimação citados no referido parecer já indicaria que se trata de mercados distintos.



A Photo USA ainda afirmou que não teria encontrado nenhum elemento objetivo que apoiasse as declarações das petionárias de que já teriam produzido canecas para sublimação, tendo deixado de produzi-las devido aos preços “dumpeados” das importações. Sobre isso, solicitou que as petionárias apresentassem a comprovação de tais informações e ressaltou que, mesmo que estas consigam provar tal produção no passado, não se deveria esquecer o fato de que as petionárias propuseram a delimitação do produto objeto da investigação, não tendo mencionado insumos plásticos na petição.

Por fim, a empresa lamentou a conclusão exposta no parecer de determinação preliminar, à luz dos elementos de prova e argumentos oferecidos na sua manifestação anterior. A empresa então solicitou que se reconsiderasse as conclusões e excluísse expressamente as *canecas de cerâmica com revestimento de poliéster, adequadas para a impressão de fotos pelo processo de sublimação, com uma superfície uniforme pré-definida que possibilita a transferência da imagem, produzindo ao fim uma imagem muito nítida e detalhada sem imperfeições* da presente investigação e da eventual aplicação de direitos antidumping definitivos dela decorrente.

A Le Creuset do Brasil, em 22 de agosto de 2013, manifestou-se em relação aos produtos incluídos no escopo da investigação. Para a empresa, os produtos importados por ela não possuem similaridade com os fabricados pela indústria doméstica devido a diferenças em suas características físicas, no processo de produção, nos usos e na classificação fiscal aduaneira.

A importadora afirmou ainda que as diferenças entre porcelana e **stoneware** são flagrantes em termos de características físicas, processo de produção, uso, categoria de preço e classificação fiscal aduaneira.

Além disso, a empresa alegou que a indústria doméstica não teria capacidade para produzir o produto em questão (cerâmicas do tipo **stoneware**) e acrescentou que:

“(…) a Le Creuset procurou produzir os seus produtos de cerâmica **stoneware** no Brasil visando um incremento de credibilidade local em seus altos padrões de qualidade, redução do tempo de espera e custo de logística além de estar mais próxima dos mercados, porém a indústria nacional não poderia produzir ou se comprometer a desenvolver e produzir produtos de cerâmica **stoneware** de acordo com os padrões exigidos”.

(…)

Os produtos Le Creuset de cerâmica **stoneware** exigem dessa forma uma alta qualidade, com dois processos de queima (biscoito e brilho), desenvolvendo uma alta densidade com corpo mais forte, além de prevenir o odor estranho durante o uso e gerar um excelente desempenho em forno micro-ondas com resistência superior ao choque térmico.”

A empresa afirmou ainda que há uma enorme variedade de produtos de cerâmica **stoneware**, e que é preciso uma quantidade mínima de pedidos de compra, o que acaba influenciando a empresa na busca por fornecedores. A importadora alegou ainda ter buscado outros fornecedores na Europa e México, mas nenhuma empresa se mostrou capacitada a produzir seus produtos.

A empresa ainda citou a dificuldade em se produzir produtos com gradação de cores (“efeito sombra”), e que os produtos **stoneware** exigem de 3 a 4 cores, “*sendo a assinatura Le Creuset a exibição de um exterior com 2 tonalidades*”. Além disso, esse tipo de pintura demanda centenas de pessoas treinadas para este tipo de trabalho individual de gradação, pois são executadas manualmente.

A empresa esclareceu que a Dongguan Yongfuda fabrica exclusivamente os produtos **stoneware** para a Le Creuset, e, por serem tão específicos, tais produtos não causariam dano ou prejuízo para a indústria nacional, “*seja pelas suas características técnicas, seja pelo seu elevado posicionamento de preços no mercado de varejo brasileiro*”.

A importadora explanou que o preço pago por produto importado atualmente através da Le Creuset Group AG, baseada na Suíça, é de US\$ 6,00/Kg, posicionando-se acima do preço das demais empresas importadoras, como consta em documentos entregues pela empresa.

Assim, a empresa voltou a solicitar a exclusão dos produtos de cerâmica **stoneware** do escopo desta investigação ou, alternativamente, a celebração um compromisso de preço, a fim de que seus produtos entrem com um preço nunca inferior a US\$ 4,00 o quilo. A empresa se comprometeria, ainda, a fornecer informações eventualmente solicitadas. A importadora acrescentou que:

“Algumas conclusões são equivocadas, mas difíceis de ser revertidas num processo tão político como é a investigação de dumping. Mas nos interessa um único ponto, onde a própria Secex acatou, embora com modificações, nosso pleito de firmar compromisso de preços, em valores iguais ou acima da margem considerada satisfatória”.

Em sua manifestação protocolada no dia 18 de novembro de 2013, a Guangxi Chengdahang ressaltou a inadequação da segmentação de produto adotada. Conforme a empresa, “*a determinação de um mercado único de objetos de louça agregará, indevidamente, produtos claramente tão distintos entre si quanto assadeiras e canecas, seja em âmbito de valor, seja em características físicas, sob uma mesma classe de comparação*”. Essa metodologia apresentaria um alto grau de distorção na comparação entre diferentes linhas produtivas e *mix* de produtos, podendo impactar em dados relevantes do processo investigatório.

A Oxford Porcelanas S/A (Oxford) e a Indústria e Comércio de Cerâmica Tirolesa (Studio Tacto), em 22 de agosto e depois em 19 de setembro de 2013, manifestaram-se em relação às argumentações protocoladas pelas demais partes interessadas no caso.

Além de alegarem que não há distinção entre objetos de louça por segmento de mercado, as empresas fizeram uma análise histórica, concluindo que o mercado de objetos de louças não possui uma definição universalmente aceita que permita identificar um objeto de louça específico. Ademais, as empresas alegaram que todos os tipos de louça possuem características físicas e técnicas semelhantes e que são utilizados para o mesmo fim, que as fazem pertencer um grupo uniforme, além de serem intercambiáveis e não terem diferenças perceptíveis aos olhos do consumidor final.

Desta forma, as petionárias repudiaram a tentativa das outras partes envolvidas de querer diferenciar a aplicação do direito antidumping sob a alegação de que existe uma segmentação no mercado de objetos de louça. Ainda, acrescentaram que:

“Cabe mais uma vez salientar que a indústria nacional domina todas as técnicas mundialmente conhecidas para produção de objetos de louça de mesa e, sem sombra de dúvidas, pode atender a demanda por estes objetos. (…)



E sobre a segmentação de mercado, continuou afirmando que:

“a indústria nacional possui capacidade técnica e de processo para atender todos os segmentos; não existem argumentos técnicos ou mercadológicos para qualificar ou dimensionar de forma correta esta segmentação de mercado; não existe definição universal aceita que permita identificar um tipo de louça de mesa específico; consideramos que todos os tipos de objetos de louça de mesa têm características físicas e técnicas de base similar, são utilizados para os mesmos fins, não existem claras linhas divisórias entre eles, são facilmente intercambiáveis pelo consumidor final e não tem diferenças claras perceptíveis pelo consumidor final”.

As empresas Oxford e Studio Tacto se manifestaram também em relação a produtos específicos, conforme explicitado a seguir: (a) Utensílios de corte: a Kyocera do Brasil solicitou a exclusão dos itens de corte de cerâmica e seus acessórios do escopo do produto objeto da investigação. A indústria doméstica afirmou que não se opõem a exclusão deste material. (b) Stoneware Especial: a Le Creuset do Brasil solicitou a exclusão dos produtos importados por ela, da linha de louça que utiliza como matéria-prima o “**stoneware**” – conhecido como Grés, do escopo do produto objeto da investigação. No entanto, as petionárias consideraram que essa é somente uma variação do mesmo produto, que as características físicas são as mesmas, o processo produtivo é o mesmo, e o uso final é o mesmo, os referidos produtos não deveriam, portanto, ser retirados da investigação. (c) Canecas para decoração pelo processo de sublimação: diversas importadoras solicitaram a exclusão deste produto do escopo do produto objeto da investigação. A indústria doméstica manifestou-se contra essa medida, alegando que o argumento de que não há produção nacional é inválido, devido ao fato de as empresas nacionais estarem atuando, novamente, no mercado de canecas. Além disso, a indústria nacional afirmou que a caneca sublimada é apenas uma caneca decorada, sendo similar à caneca produzida no Brasil. (d) Mercadorias de culinária japonesa: a importadora LF pediu a exclusão desse tipo de produto do escopo do produto objeto da investigação devido à falta de produção doméstica. A Oxford e a Studio Tacto se opuseram a esse pedido, pois, segundo elas, há produção desses produtos pela indústria doméstica. (e) Peças para fondue: as petionárias alegaram que possuem conhecimento técnico de produção para estes utensílios e que podem atender essa demanda, e apresentaram catálogo com modelo produzido pela indústria nacional.

A Resitech Brazilian Quality Group Ltda. (Resitech do Brasil Ltda.), em manifestação protocolada em 22 de agosto de 2013, afirmou que os produtos importados por ela não teriam similaridade com os produtos nacionais, visto que seriam peças exclusivas desenhadas por *designers* e de marcas únicas. Ainda, os produtos importados por ela teriam valor superior àquele do mercado nacional, não competindo com a indústria brasileira, e também teriam preço superior ao valor normal, o que desconfiguraria a prática de dumping. Ainda, a empresa reiterou que a linha de cerâmica seria atividade adicional à sua atividade principal (vernizes para pisos de madeira).

Por fim, a empresa apresentou uma lista de quesitos a serem analisados acerca da similaridade entre o produto importado por ela e o fabricado nacionalmente, com relação ao *design*, às tonalidades, às características, qualidade e preço, diversidade, inovação e exclusividade.

A Irmãos Muffato & Cia Ltda., em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, afirmou que os produtos importados por ela da China seriam artigos de mesa de porcelana e cerâmica com qualidade inferior àqueles produtos ofertados pelas empresas Schmidt e Oxford. Enquanto o público alvo dos produtos nacionais seriam as classes média e alta, o perfil dos consumidores dos produtos nas lojas da empresa é de classe C e D.

A empresa também afirmou que não teria conhecimento de outra empresa, além da Studio Tacto (que oferece cerâmica, produto inferior à porcelana), que poderia oferecer produtos semelhantes aos importados. Por fim, a empresa ainda afirmou que alguns dos produtos importados por ela (caçarolas, **réchaud** e travessas, por exemplo) não teriam produção nacional e ressaltou ainda que os objetos de louça não seriam substituíveis por quaisquer outros materiais.

A Colorkit Com. Ind. e Imp. de Material Fotográfico Ltda., em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, afirmou que as canecas por ela importadas não guardariam similitude com o produto objeto da investigação, pois se desnaturariam pelo tratamento químico aplicado em sua superfície externa, integrando um processo produtivo especial e totalmente diferenciado.

As canecas importadas pela empresa (para processo de sublimação), em quantidade segundo ela inexpressiva, além de técnica e quimicamente diferentes dos objetos de louça produzidos no Brasil, seriam direcionadas a um público seletivo, vez que deteriam alto valor agregado. Dessa forma, não seria possível sustentar margem para eventual concorrência ou potencialidade lesiva à indústria doméstica.

A Colorkit ainda citou as mensagens eletrônicas apresentadas pela empresa Art Hot, nas quais os fabricantes nacionais afirmariam não produzir ou comercializar esse tipo de produto e não teriam demonstrado interesse nesse sentido. Tal afirmação teria confirmado de maneira inequívoca a diferenciação entre os produtos investigados e aqueles importados pela empresa.

Ademais, tais empresas teriam alegado a comercialização no passado de tal tipo de caneca, o que teria tornado evidente sua falta de interesse em tal objeto. Além disso, estas seriam meras alegações sem qualquer fundamento. A importadora também citou o laudo pericial apresentado pela empresa Art Hot, que seria extensível às canecas de cerâmica importadas por ela.

Dessa forma, as canecas de cerâmica importadas pela empresa não encontrariam equivalente no mercado nacional, visto que possuiriam características distintivas das cerâmicas convencionais. Estas apresentariam possibilidade de impressão em *silk* ou decalque, de qualidade inferior, já que só poderiam ser operacionalizados em grande quantidade, utilizando a mesma arte, enquanto as importadas pela Colorkit poderiam ser produzidas em qualquer quantidade, com múltiplas configurações artísticas e versatilidade, o que elevaria o seu preço final.

A Art Hot Transfer Distribuidora Ltda. EPP, em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, afirmou que as provas juntadas aos autos comprovariam que a “majoração da alíquota de importação” não deveria ser aplicada, visto que: (a) Os produtos importados não possuiriam similitude nacional, haja vista que as petionárias não teriam apontado que produzem, ou tenham interesse de produzir, as canecas resinadas para sublimação. (b) O laudo técnico Falcão Bauer teria comprovado que o produto importado pela Art Hot seria totalmente diferente do fabricado pela indústria nacional, já que seria produzido em cerâmica com cobertura de resina de acrílico com base de poliéster na superfície externa de alta resistência para transferência térmica pelo processo de sublimação. Além do mais, esse



produto constituiria matéria-prima, ao contrário do produto das petionárias. (c) As petionárias, mediante consultas anexadas nos autos pela empresa, teriam demonstrado desinteresse na fabricação ou no investimento em tecnologia para produção do produto importado pela Art Hot. Além do mais, estas teriam afirmado genericamente, sem juntar qualquer prova, que já produziram no passado o produto. (d) Seria forçoso reconhecer que os valores pagos pela Art Hot no exterior seriam os praticados no mercado internacional. Foi apresentada fatura comercial da Colômbia que teria comprovado que o preço da caneca foi de US\$ 0,39, enquanto o importado pela Art Hot foi de US\$ 0,45. Mesmo assim, a empresa teria sido penalizada injustamente.

A empresa concluiu que a matéria-prima (caneca resinada para sublimação) estaria sendo classificada erroneamente na Receita Federal e sendo taxada como matéria acabada e decorada pronta para uso, o que ameaçaria toda uma série de produtos acabados. Por fim, requereu que seja reanalisada a classificação fiscal ou que as petionárias assumam por escrito um compromisso de fornecer no mercado interno o produto em questão e que se exclua a empresa da medida antidumping atual, permitindo que a mesma possa voltar a importar pelos valores anteriores à presente investigação.

A Wal-Mart Brasil Ltda., Bompreço Bahia Supermercados Ltda., Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda. e WMS Supermercados do Brasil Ltda., em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, afirmaram que ainda que tenham apresentado a informação de que não possuíam conhecimento técnico sobre a similaridade entre o produto nacional e o importado, já que são importadores e não fabricantes, elas se manifestariam em relação ao tema.

Nessa data e depois em 17 de dezembro de 2013, as empresas alegaram que a descrição geral dos produtos de louça já se verificaria questão essencial a ser analisada, visto ser enorme a variedade de produtos inseridos em uma mesma investigação, sendo inadequado abarcá-los todos em uma mesma definição. Dessa forma, tal simplificação poderia levar à imposição de direito antidumping sobre a importação de produtos não similares, indo mesmo de encontro com tal conceito, já que os produtos não possuíam sequer características “muito próximas” suficientes para a caracterização da similaridade.

As empresas afirmaram que os fabricantes chineses apresentariam diversidade de linhas de produção, sendo possível a contratação de linhas específicas para cada tipo de sazonalidade, ao contrário dos produtores brasileiros, os quais trabalhariam apenas com a linha existente e, portanto, não seriam capazes de atender a esse tipo de demanda. Ademais, a indústria doméstica não deteria capacidade produtiva e agilidade no processo de fabricação de produtos.

Outra diferença seria relativa ao público alvo dos produtos chineses e os fabricados no Brasil. Enquanto os importados da China poderiam ser adquiridos por todas as classes sociais, os produtos nacionais seriam destinados somente ao público das classes A e B.

As empresas ainda alegaram que estabelecer o cálculo de um único preço médio, mediante tantos produtos diferentes, levaria a distorções que prejudicariam principalmente o consumidor brasileiro. Essas diferenças teriam sido corroboradas, inclusive, pela diversidade de manifestações das partes interessadas. Nesse sentido, as empresas citaram as manifestações das empresas Import Trading Ltda. e Export Trading Ltda., as quais teriam afirmado superioridade de qualidade dos produtos chineses em relação aos brasileiros, enquanto a empresa Rosh Distribuidora teria afirmado que os produtos chineses seriam inferiores, em qualidade, aos nacionais. Ainda, citaram as empresas Le Creuset do Brasil, Colorkit Com. e Imp. De Material Fotográfico Digital Ltda., Freetrade do Brasil Importação e Exportação e destacaram o caso específico, também levantado pela empresa Art Hot Distribuidora Ltda. EPP, da caneca para sublimação e a ausência de similaridade entre esta e o produto objeto da investigação.

As empresas ressaltaram também que sua opção pelo produto importado não se limitaria ao fator relacionado à variedade de itens ofertados pelos produtores chineses, supostamente não disponível no mercado doméstico, mas também pela capacidade de produção dos mesmos, que se encontrariam em condições de atender o mercado interno.

Com relação à variedade de produtos, concordaram com a sugestão da ABCON de segmenta-los em categorias, julgando ser mais justo e coerente com a realidade do mercado.

Posteriormente, afirmaram que a própria Circular SECEX nº 69, de 2012, teria tratado os produtos nacionais e chineses como não similares entre si, com relação à utilização de metais pesados na fabricação do produto chinês. Essa assertiva levaria à conclusão de que nem as petionárias reconheceriam os produtos como similares, devido à diferenciação de qualidade.

As empresas então expressaram que seria necessário, portanto, o arquivamento do presente processo e a abertura de novos processos, segmentados pelos tipos de produto. Ainda, requereram que fossem levados em consideração os seguintes aspectos, com relação às diferenças entre o produto nacional e o chinês: diferença de qualidade; diferença na finalidade, uso de diferentes matérias-primas: o produto chinês conteria chumbo e cádmio; processos produtivos distintos; variedade de design, cores, tonalidade, modelos, estampas decorativas; diferença de preços; diferença nos prazos de entrega; diferença de aceitação no mercado consumidor interno; diferença de qualidade do pós-venda; distorções causadas pelo cálculo de um único preço médio; o caso específico das canecas que permitem a transferência de imagens digitais.

A Imaginarium Design, em manifestação de 23 de agosto de 2013, afirmou que as canecas por ela importadas possuem uma resistência maior e um diferencial na sua composição (a presença de 3% a 5% de farelo de ossos), tipo de produto que não poderia ser encontrado na indústria nacional. Ainda, argumentou que a indústria brasileira não produz canecas termossensíveis, como aquelas que ela importa da China.

A empresa alegou ainda que teria consultado a Oxford e a Tirolesa acerca de ambos os temas, e que teriam se recusado a responder às suas solicitações de desenvolvimento de tais tipos de canecas. Ainda, citou alguns fabricantes nacionais que teriam respondido via mensagens eletrônicas (anexadas a tal manifestação) negativamente à proposta da Imaginarium para o desenvolvimento de tais produtos.

A empresa C&C Casa e Construção Ltda., em 23 de agosto de 2013, apresentou manifestação a respeito da definição do produto objeto da investigação e similaridade entre o produto importado e o fabricado pela indústria doméstica.

A importadora aduziu que, ainda que as mercadorias sob investigação sejam classificadas sob o mesmo código da Nomenclatura Comum do MERCOSUL – NCM, elas apresentariam diferenciações técnicas e comerciais que impediriam que pudessem ser comparadas para a finalidade de aplicação de medidas antidumping. Nesse contexto, o produto de porcelana “Oxford” seria



tradicionalmente diferenciado, o que se reflete no preço, e orientado para mercado consumidor com maior capacidade de consumo. Ademais, produtos de porcelana necessitariam de matéria-prima diferente da usada na cerâmica doméstica e teriam maior durabilidade. Assim, o mercado consumidor dos objetos de porcelana estaria disposto a pagar pela diferença de preço em razão de um produto mais requintado.

Em seguida, a C&C afirmou que comercializaria mercadorias de linhas de produção tradicionais e contínuas. Tais mercadorias se prestariam a atender o mercado consumidor constituído pela classe média, a qual prezaria pela melhor relação custo benefício e não reconheceria as diferenciações qualitativas entre os produtos oferecidos pela Oxford e os produtos vendidos em lojas de departamento ou grandes lojas de construção civil e decoração, como a C&C. Por isso, não seria possível comparar cerâmica doméstica e porcelana, até porque, segundo entendimento da importadora, as Peticionárias se proporiam a oferecer produto diferenciado para atender classe quantitativamente menor e desenvolveria sua estratégia de marketing especificamente na diferenciação em qualidade e luxo de seus produtos.

Ainda, a importadora reiterou não ser suficiente utilizar a mesma classificação de nomenclatura para atestar a similaridade entre os produtos.

No que tange às diferenças entre a cerâmica e a porcelana, a C&C argumentou que a porcelana é produto branco impermeável e translúcido, distinguindo-se de outros produtos cerâmicos pela sua vitrificação, transparência, resistência, completa isenção de porosidade e sonoridade. A cerâmica, por sua vez, seria argila, terra que, quando misturada à água, forma pasta e, ao ser queimada acima de 600 graus, fica dura e resistente. Assim, a cerâmica seria a técnica de produção de artefatos de objetos tendo a argila como matéria-prima, isto é, qualquer material sólido inorgânico, não-metálico que seja submetido a altas temperaturas na manufatura. Logo, a cerâmica é geralmente um óxido metálico, boreto, carbeto, nitreto ou mistura que pode incluir aniões. A porcelana, no entanto, foi desenvolvida graças à descoberta do caulim, mineral de cor branca abundante na crosta terrestre.

A importadora concluiu requerendo o afastamento de todo e qualquer ônus de natureza antidumping, pois a empresa não teria a intenção de concorrer com os produtos comercializados pelas peticionárias.

A empresa Multi-Nox Equipamentos para Restaurantes Ltda. apresentou, em 26 de agosto de 2013, manifestação sobre o produto objeto de investigação. Nesse contexto, a importadora aduziu que os pratos de porcelana apresentariam diversas vantagens em relação aos similares feitos em cerâmica. Assim, arrolou as seguintes características atinentes aos pratos de porcelana: mais resistentes; não lascam; têm vida útil maior; mais bonitos; com o tempo apresentam aparência melhor, mais higiênica; riscam menos; mantêm a cor por mais tempo.

A empresa afirmou ainda que não comercializa pratos básicos de cerâmica porque eles trazem muitos problemas. Entre os produtos de cerâmica que são comercializados estão as caçarolas de barro; cumbucas para feijoada; assadeiras; e travessas. Quanto aos itens específicos para feijoada, a Multi-Inox argumentou que os produtos são quase na sua totalidade fabricados em cerâmica, podendo ser marrons ou pintados de preto. Eles são feitos de barro e recebem aplicação de esmalte, que dá aparência vitrificada. Assadeiras e travessas de cerâmica seriam muito similares às feitas em porcelana, mas possuiriam custo inferior. Assim, segundo a manifestante, haveria muitas variações em relação a objetos de louça para mesa, o que tornaria difícil a classificação de todos os objetos da mesma forma.

Citando artigo sobre a história da porcelana de Limoges, a importadora apontou, ainda, que os chineses, por terem descoberto a porcelana, teriam muito mais experiência com esse material do que a indústria doméstica. Assim, os chineses seriam especialistas nesse produto, e teriam adquirido essa expertise antes mesmo da abertura comercial.

A empresa apresentou, em seguida, comparativos de preços entre o produto nacional e importado relacionados a um item e concluiu que, incluindo o IPI e o ICMS, o custo do produto importado seria mais elevado. Essa mesma tendência se aplicaria a outros itens de porcelana. Ademais, a Multi-Inox citou que, há algum tempo, teria havido uma crise de abastecimento que a deixou sem produtos de porcelana. Assim, por receio de ficar sem estes, a empresa teria continuado a importar produtos da China. Nesse contexto, a importadora apresentou notas fiscais de compra da Schimidit; da Oxford; da Germer; da Geni; da Bot Art; de venda a consumidores diversos; lista de preços em agosto de 2012 do fornecedor Guangxi Beiliu Zhong Li Ceramics; lista de preços em abril de 2012 do fornecedor Corona; o pleito de discussão de valor em licença de importação de abril em 2012 e o pleito de discussão de valor em licença de importação em março de 2012.

A empresa Cromus Embalagens Indústria e Comércio Ltda., em 26 de agosto e depois em 17 de setembro de 2013, protocolou suas manifestações com relação à inclusão de objetos de louça temáticos para datas comemorativas entre os produtos objeto de investigação.

A empresa alegou que a única similaridade existente entre os produtos importados e os produzidos pela indústria nacional seria a destinação final. Isto porque a composição não seria similar e não os produtos não possuíam as mesmas características físico-químicas, conforme declarado pela própria indústria nacional ao mencionar que o produto chinês teria chumbo e cádmio em sua composição, o que não ocorreria no produto brasileiro.

Segundo a Cromus, os métodos de produção da China seriam diferentes, uma vez que os fornecedores chineses atenderiam os pedidos à base de encomendas e com isso suportariam menores custos de armazenagem. Com relação ao processo produtivo, não haveria como comparar a qualidade do produto nacional, que se equipara ao produto fabricado na Alemanha, por exemplo, com o produto de origem chinesa. Saltaria aos olhos a diferença de qualidade, a qual seria percebida pelo consumidor final.

A Cromus ainda alegou que a indústria doméstica não teria se preparado para buscar se adequar às necessidades do mercado interno e que durante anos teria se voltado ao aprimoramento de sua produção para atender ao mercado internacional, esquecendo-se de que o Brasil é um mercado emergente. Fez referência às classes C e D, atendidas pelos produtos de origem chinesa, uma vez que a indústria nacional não teria se preparado para atender suas necessidades, e fez menção à investigação de dumping de objetos de louça conduzida pela União Europeia, que teria constatado que os produtos provenientes do mercado chinês são classificados em cinco categorias diferentes, com diferenças de preço significativas, enquanto que o produtor brasileiro vende apenas o produto



correspondente à categoria A. Declarou ainda que o mercado brasileiro teria defendido no processo em que participou na Comissão Europeia que seus produtos de cerâmica, por possuírem uma marca, seriam vendidos a preços significativamente mais elevados no mercado brasileiro do que outros produtos sem marcas.

Com relação aos produtos importados pela Cromus, esclareceu não se tratarem de aparelhos de jantar, chá ou café, tampouco similares aos produzidos pela indústria nacional, mas voltados para decoração de datas comemorativas como Páscoa e Natal. São peças como pás para bolos, pratos e xícaras enfeitadas para estas datas e não haveria em seu portfólio aparelhos de jantar, chá ou café, não havendo que se falar em concorrência com o produto nacional.

Finalmente, a importadora aduziu que a indústria doméstica não tem condições de atender à demanda do mercado nacional por não possuir grande variedade de produtos e ter prazos de encomenda superiores a 120 dias.

Manifestação semelhante foi feita pela empresa Cobimex Connect do Brasil Import e Export Ltda., também em 26 de agosto de 2013, e depois repetidos em 16 de setembro de 2013.

A empresa ainda acrescentou que os fabricantes nacionais não possuiriam capacidade para suprir a demanda doméstica do produto, para disponibilizar uma variedade suficiente de cores, estilos e temas festivos, nem para praticar preços acessíveis às diversas classes sociais.

“É necessário ressaltar ainda que a importação dessas mercadorias visa a suprir a disponibilidade do produto no mercado de forma que todas as classes tenham acesso, não somente a Classe A. Sendo de material inferior, o produto importado entra no Brasil com preço inferior justamente para atender as demais classes que a indústria nacional não visa sua produção.(sic)”

(...)

Não obstante, é necessário considerar que a indústria nacional disponibiliza poucos modelos e estampas, sendo o produto importado supridor dessa falta de opções no mercado brasileiro. Dessa forma, a declaração de dumping (sic) além de prejudicar a disponibilidade do produto no mercado, atinge o direito do consumidor em ter diversas opções de mercadorias à sua escolha”.



A Cobimex afirmou ainda que a indústria doméstica não fabrica porcelanas decorativas, em especial com decorações natalinas:

“Para chegar a essa conclusão deve-se considerar que a compra de porcelanas decorativas para o natal possui outras funções, que é a decoração em um evento tradicional para a família brasileira (festas natalinas), portanto o consumidor possui o direito de escolher porcelanas não apenas para compor a mesa e sim para decoração. Vê-se, nesse sentido, um elemento subjetivo que deverá ser considerado pelos ilustres julgadores na análise do dumping”

A importadora solicitou então que tais produtos de decoração natalina sejam excluídos do âmbito desta investigação.

Em 2 de setembro de 2013, as empresas Wellmix e Muito Brother manifestaram-se a respeito da definição do produto objeto da investigação. Segundo as empresas, o produto possuiria uma imensa variedade de tipos, com divergências que variam desde a matéria-prima adotada até o design final, que incluem revestimentos e artes. Nesse sentido, solicitaram a realização de distinção entre os produtos conforme sua categoria (primeira linha, produtos populares, produtos sazonais e etc.); a definição do processo fabril de cada tipo de produto importado e nacional de acordo com sua categoria, levando em consideração as variantes que acabam por excluir a similaridade e destoam os preços; e a apresentação às partes interessadas da forma como é feito o levantamento desses quesitos junto aos exportadores e fabricantes nacionais.

Em 12 de setembro de 2013, a empresa Photo USA Electronics Graphic (Photo USA), protocolou nova manifestação, a fim de reduzir a termo os argumentos por ela apresentados na audiência de 4 de setembro de 2013, referentes à solicitação de exclusão das canecas de cerâmica com revestimento de poliéster, adequadas para a impressão de fotos pelo processo de sublimação, do escopo da investigação.

A Photo USA reiterou os termos da manifestação apresentada em 22 de agosto de 2013 e destacou pedido de resposta da indústria doméstica a seus argumentos. Primeiramente, a empresa apresentou resumo dos argumentos referentes ao produto a ser excluído, o qual não possuiria similaridade, seja com o produto objeto da investigação, seja com o produto produzido pela indústria doméstica.

A Photo USA destacou então o fato de que a indústria doméstica não teria tratado de seu pedido durante a audiência, a despeito de pedido expresso para que o fizesse. Dessa forma, segundo a empresa, a abstenção da indústria doméstica durante a audiência corresponderia a uma genuína aceitação tácita de seu pedido.

Em 16 de setembro de 2013 a Metalnox Indústria Metalúrgica Ltda. declarou que os produtos de cerâmica e porcelana importados por ela seriam utilizados como matéria-prima para a indústria de fotografia e personalização de brindes e presentes e não teriam como finalidade receber e servir alimentos.

Destacou que o produto importado possui etapas de fabricação adicionais e diferentes. Primeiramente, faz-se a verificação e seleção das peças a serem empregadas no processo de sublimação, as quais não podem conter furos ou impurezas na superfície, o que interferiria no recebimento da imagem. Depois as canecas passam por processo de limpeza para aplicação da resina especial para sublimação. Após a aplicação, as peças são curadas (secagem), testadas e passam por controle de qualidade. No caso de canecas coloridas, estas passam adicionalmente por processo de pintura e de aplicação do material para mudança de cor da peça quando for adicionado o líquido quente.

A Metalnox prosseguiu sua manifestação ressaltando que, tendo em vista as diferenças no processo produtivo, os custos dos produtos importados pela empresa são diferentes dos demais produtos de louça em função de seu valor agregado. A empresa afirmou que as canecas sublimáticas não são fabricadas no Brasil pois são material (matéria-prima) para as empresas e pessoas físicas que realizam trabalhos de personalização de produtos através de digitalização de imagens e aplicação com o uso de prensa térmica.

Para embasar o argumento, foi anexado à manifestação um atestado de inexistência de produção estadual, emitido pela Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC, em que declara-se com base em pesquisa realizada no cadastro industrial da Federação e na NCM 6912.00.00 que não há no estado fabricantes de caneca de cerâmica com capacidade de 6oz, 11oz e 16oz, com camada externa especial para receber transferência de imagens através de transfer (sublimação) – NCM 6912.00.00. Também foram



anexados e-mails enviados pela empresa à Oxford com solicitações de orçamento e possibilidade de fornecimento, sem resposta, de acordo com a Metalnox; cópia da página da Oxford com os métodos de personalização disponíveis, dentre os quais não configura a sublimação; guia de negócios e catálogos de produtos da Metalnox e cópia de páginas do **website** Portal Sublimático, em que clientes comentam respostas dadas pela Oxford acerca de encomendas de canecas sublimáticas.

A Metalnox aduziu que estaria sendo prejudicada pela medida pois também são fabricantes das máquinas utilizadas para a aplicação das imagens. Para demonstrar o prejuízo, apresentou gráfico indicando sensível queda nas vendas das máquinas entre julho e agosto de 2013, após a aplicação do direito provisório. Apresentou, ainda, outro gráfico indicando a redução na venda de canecas de cerâmica para sublimação, também após a aplicação do direito. Com isso a importadora concluiu que a aplicação do direito antidumping inibe a venda de vários outros produtos que não estão relacionados ao processo de sublimação, como papel transfer sublimático, tinta sublimática, impressoras e prensas térmicas para aplicação de imagem por sublimação.

A empresa também destacou que com esta forma de personalização de produtos os fotógrafos e lojas de fotografia conseguiram sobreviver à chegada da fotografia digital, e sem esses produtos adicionais a grande maioria dos clientes não estaria mais no mercado fotográfico. Por isso, o segmento de aplicação de imagens por sublimação não competiria com o das empresas nacionais solicitantes da investigação antidumping.

A Metalnox concluiu sua manifestação com o pedido de exclusão dos produtos de cerâmica com camada de resina para sublimação do escopo da investigação e sugeriu a criação de um destaque na NCM para estes produtos, os quais seriam de fácil identificação mediante vistoria física.

A Havan, por meio de seus representantes legais, em 29 de agosto e, depois, em 17 de setembro de 2013 protocolou manifestações, nas quais argumentou sobre a similaridade dos objetos de louça que importa em relação aos de fabricação nacional.

Primeiramente, a empresa afirmou que os produtos importados por ela não possuem chumbo e cádmio em sua composição, como declarado pela indústria doméstica. Em seguida, a empresa argumentou que o fato de a China possuir matéria-prima em abundância para a produção de louça permite que seu custo seja diferenciado em relação aos demais países. Assim sendo, a Havan considerou necessária a aplicação do princípio da livre concorrência, o qual não é seguido caso a diferença de valores de produtos seja compensada com aumento de alíquota.

Com relação à produção da indústria doméstica, a Havan alegou que, por não possuírem capacidade de atender à demanda, as próprias fabricantes nacionais importariam objetos de louça. Além disso, salientou que a produção doméstica tem uma qualidade diferenciada dos bens importados, ou seja, pretende atender à demanda das classes A e B, enquanto os produtos chineses têm o intuito de suprir a demanda da classe C por bens inferiores.

Aduziram que a indústria nacional não fabrica todos os produtos importados pela Havan, sendo que também não possuem capacidade para o abastecimento de toda a demanda no mercado interno gerada pelas empresas que importam e as que não importam. Segundo a empresa, isto demonstra a descaracterização de dano à indústria doméstica.

Declararam que o tempo médio de entrega de um pedido feito à indústria nacional é de 60 dias, ou seja, não haveria que se falar em dano pois sua produção estaria tomada.

Em 16 de setembro de 2013, a empresa Esper Comércio e Serviços de Informática protocolou nova manifestação, a fim de reduzir a termo seus argumentos, apresentados na audiência de 4 de setembro de 2013. A empresa afirmou que a audiência teria sido tardia, uma vez que já seria possível sentir as consequências negativas da “*medida provisória repentina*”.

A Esper mencionou então os argumentos apresentados na audiência, por parte dos importadores de canecas resinadas. A empresa destacou a não similaridade das canecas para sublimação em relação às canecas de fabricação doméstica, sob aspectos como matérias-primas, métodos de produção e finalidade de uso. A Esper destacou ainda diferenças entre os segmentos de mercado das diferentes canecas. Ainda a esse respeito, a empresa afirmou que até o dia anterior à audiência não teriam sido identificados fabricantes nacionais de canecas resinadas, com base em e-mails não respondidos e informações colhidas dos sites eletrônicos de empresas nacionais. Por fim, quanto ao processo de fabricação de canecas resinadas, ressaltou-se o uso de máquinas diferentes daquelas usadas na fabricação da cerâmica.

Diante da declaração da indústria doméstica de que já teria fabricado canecas resinadas e que apenas não as fabricava mais por não conseguir competir com as importações desses produtos a preços de dumping, a empresa afirmou que o mercado nacional das canecas resinadas teria sido criado pelas importadoras e, portanto, as importações não poderiam ser acusadas de causar dano material à indústria doméstica, inclusive porque as importações não chegariam nem a 1% do total da produção no Brasil.

A esse respeito, a Esper afirmou que seria necessário que a indústria doméstica apresentasse algumas comprovações, tais como pesquisa de mercado que a teria levado a querer produzir canecas resinadas, projeto de instalação industrial, alvará de construção e de funcionamento, além de notas fiscais de compra de equipamentos e dados de produção.

A empresa apresentou então comentários acerca de argumentos apresentados pela indústria doméstica sobre a definição do produto objeto da investigação e da similaridade entre o produto importado e o fabricado no Brasil.

Primeiramente, a empresa refutou a afirmação de que xícaras e canecas resinadas apresentariam as mesmas características físicas que xícaras e canecas comuns, bem como a alegação de que seriam produzidas a partir do mesmo processo produtivo. A esse respeito, segundo a Esper, o processo de fabricação de um objeto de cerâmica seria completamente diferente do processo de revestimento de um objeto cerâmico.

Com relação à afirmação da empresa Studio Tacto de que suas canecas seriam revestidas com esmalte e não com polímero, mas que poderiam ser submetidas ao processo de sublimação, a Esper afirmou se tratar de colocação completamente equivocada. Segundo a empresa, não existiria a possibilidade de sublimação sem a presença de resina (polímero) e o esmalte impediria completamente a transferência da imagem.

Quanto à afirmação de que as canecas e xícaras de louça, com ou sem revestimento, se prestariam às mesmas finalidades e poderiam ser substituídas entre si, a Esper afirmou se tratar de colocação contraditória, uma vez que a indústria doméstica não fabrica canecas



resinadas. Ademais, a empresa afirmou que uma xícara de louça poderia ser substituída por xícaras de outros materiais, como plástico e alumínio, mas nem por isso essas últimas poderiam ser incluídas no presente processo.

Com relação à alegação de que a indústria doméstica não fabrica canecas resinadas e isso não inviabilizaria a caracterização do produto como sendo objeto da investigação, a Esper a caracterizou como sendo contraditória e errada, uma vez que se a caneca resinada fosse de fato similar sob todos os aspectos à caneca de produção nacional, não se justificaria o fato de a indústria doméstica não fabricá-la.

Por fim, a Esper destacou a diferenciação visual das canecas constante de relatório técnico apresentado durante a audiência. Além disso, a empresa afirmou que as informações apresentadas pela indústria doméstica teriam induzido a conclusões erradas sobre o produto objeto da investigação, similaridade e sobre dano e ameaça de dano, o que estaria prejudicando as importadoras e seus clientes.

Em 13 de setembro de 2013, a empresa HCL Comércio Exterior Ltda. protocolou manifestação consolidando seus argumentos a respeito da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>).

Primeiramente a empresa mencionou alguns fatores que teriam sido apresentados pela indústria doméstica, a respeito da similaridade dos produtos fabricados no Brasil e aqueles exportados pela China, na ocasião de colaboração a investigação conduzida pela União Europeia. A indústria brasileira teria afirmado que sua produção seria apenas de produtos de categoria A, enquanto que o Brasil importaria da China produtos das categorias A, B e C. Além disso, a indústria brasileira teria afirmado que somente comercializaria produtos de marca, que contariam com certo prestígio e que, portanto, apresentariam preços mais elevados quando comparados aos preços dos produtos chineses importados, que seriam, em sua maioria, de marcas próprias e/ou genéricos.

A esse respeito, a HCL afirmou que com a ausência de importações, as classes C, D e E sofreriam desabastecimento de produto com qualidade e preço acessível. Além disso, as referidas classes incorreriam em endividamento, caso decidissem adquirir o produto comercializado pela indústria doméstica.

Com relação ao produto fabricado pela indústria doméstica, a empresa afirmou ainda que teria desistido de comercializá-los, devido ao fato de que os acordos comerciais não seriam cumpridos e os prazos de entrega seriam muito longos.

Por fim, a HCL afirmou que os importadores se sentiam injustiçados, diante do pleito realizado pela indústria doméstica, e alegou haver desabastecimentos dos produtos já para as festas de Natal.

Em 13 de setembro de 2013, a Wal-Mart declarou que:

“De acordo com a Comissão Europeia, os produtos de marca são normalmente percebidos pelos consumidores finais como produtos com certo prestígio, com garantia de qualidade e design, justificando preços de mercado mais elevados, enquanto os produtos genéricos e/ou de marca própria, embora possam ter as mesmas características físicas e técnicas, são normalmente vendidos a preços consideravelmente mais baixos.”

Ou seja, a importadora brasileira alegou que a Comissão Europeia decidiu que o produtor brasileiro poderia vender seu produto a preços mais elevados em razão da sua marca. Assim, a CE decidiu por elevar em 40% o preço de venda do mercado brasileiro para fins de determinação do valor normal naquele caso.

A empresa afirmou ainda que:

“(…) O Decem resolveu não aprofundar no tema, e englobou todos os objetos de louça para mesa em uma mesma definição, simplificando-os como um único produto de qualidade específica. Estes agrupamentos, antes de uma análise técnica, já não seria (sic) possível devido à variedade de design, cores, tonalidades, modelos e estampas decorativas das louças de mesas disponíveis.

Cumprir observar que tal simplificação não permite concluir, sob qualquer hipótese, que o produto produzido no Brasil seja considerado similar àquele produzido e exportado para o Brasil.”

Por fim, o importador afirmou que os produtos chineses importados seriam diferentes dos produzidos no Brasil, principalmente com relação à qualidade, e por isso tais diferenças deveriam ser levadas em consideração na determinação do direito antidumping.

Em 17 de dezembro de 2012, a Rede Wal-Mart voltou a fazer referência a esse caso de investigação antidumping realizada pela União Europeia. As empresas novamente ressaltaram o fato de haver variações dos produtos chineses classificados em categorias que vão de A a E, enquanto que os produtos brasileiros somente se enquadrariam na grade A. Com relação a referido investigação, as empresas declararam que:

“Desta forma, os preços de exportação foram ajustados para o equivalente aos preços dos produtos chineses grade A, de modo a torná-los comparáveis aos produtos análogos brasileiros. Os níveis de ajuste foram estabelecidos individualmente para cada empresa da amostra.

Ademais, a investigação concluiu que o fabricante brasileiro produzia e comercializava apenas produtos com marca no mercado doméstico, enquanto os fabricantes chineses exportavam para a Europa produtos com ‘marca própria’ dos revendedores ou produtos genéricos de artigos para serviço de mesa ou de cozinha, de cerâmica.”

Em 16 de setembro de 2013, a empresa Irmãos Muffato & Cia Ltda. protocolou manifestação, a fim de reduzir a termo seus argumentos apresentados na audiência de 4 de setembro de 2013, referentes à definição do produto objeto da investigação e à similaridade entre o produto importado e aquele fabricado pela indústria doméstica.

Primeiramente, a empresa destacou a necessidade de segmentação dos itens porcelana e cerâmica, uma vez que haveria produtos importados que não seriam fabricados internamente. Além disso, a empresa declarou que os produtos passariam por processos produtivos distintos, o que culminaria em diferenciação de custos de produção.



A empresa afirmou ainda que as empresas Oxford e Schmidt não atenderiam todo o mercado, por comercializar um produto de mais alta qualidade, que atenderia classes sociais mais altas. Com relação à empresa Studio Tacto, a Irmãos Muffato afirmou que ela comercializaria somente cerâmica, produto inferior à porcelana, que não apresentaria qualidade similar ao produto chinês.

Nesse contexto, a Irmãos Muffato argumentou que os bens que ela importa possuiriam qualidade inferior em relação ao produto nacional e seriam voltados para as classes mais baixas, as quais seriam as mais afetadas pela aplicação do direito antidumping.

Por fim, a empresa afirmou ser de suma importância o fato de que muitos dos produtos por ela importados, tais como caçarolas e travessas, não seriam produzidos no Brasil e que os objetos de louça não seriam substituíveis por outros produtos feitos de outros materiais.

A ABCON, em 16 de setembro de 2013, também apresentou manifestação em que ressaltou a importância da correta identificação do produto investigado nos processos de investigação de dumping, uma vez que essa definição influenciaria diretamente a determinação do preço de exportação, do valor normal e, conseqüentemente, da margem de dumping.

Nesse sentido, lembrou que as NCM 6911.10.10, 69.11.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 englobam uma enorme variedade de cerâmicas com diferentes matérias-primas, propriedades químicas, peso, tamanho, adereços e sofisticções, bem como preços também bastante diferenciados. Assim, a Associação argumentou que, em função dos diversos elementos diferenciadores que impactariam as características e preços do produto investigado, se justificaria a realização de análise segmentada desses diferentes tipos de produtos. Nesse contexto, a ABCON citou investigações anteriores conduzidas, em que, segundo a Associação, teria havido a segmentação do produto (pneus de carga, pneus de automóveis, cadeados, armações de óculos, talheres e artigos plásticos).

Dessa forma, a ABCON solicitou que o produto objeto da investigação fosse segmentado em a) objetos de louça de cerâmica e b) objetos de louça de porcelana e em i) produto superior, ii) produto intermediário e iii) produto popular. Na ocasião, a Associação mencionou que a matéria prima utilizada, a qualidade e o público alvo dos produtos seriam características fundamentais que também distinguiriam os produtos entre si. Nesse contexto, citou a Organização Mundial do Comércio (OMC) que, segundo a Associação, teria consolidado a análise de similaridade em quatro critérios: i) as propriedades, natureza e qualidade dos produtos; ii) o uso final dos produtos; iii) as preferências e hábitos dos consumidores em relação aos produtos; iv) a classificação tarifária dos produtos. A esse respeito, a ABCON alegou ainda que a definição de tais limites interpretativos se prestaria justamente a evitar que produtos classificados em uma mesma posição do SH ou da NCM, porém com diversos tipos e modelos, fossem considerados similares para fins de investigações antidumping, dentre outros fins.

A ABCON reconheceu, em sua manifestação, que nenhum critério deveria ser considerado, isoladamente, capaz de fornecer indicação decisiva da similaridade entre os produtos. Os critérios deveriam, segundo a Associação, ser analisados e avaliados como um todo, inclusive as características físicas não discerníveis a olho nu pelo consumidor, mas que impactam a competitividade dos produtos. Nesse sentido aduziu que a diferença entre objeto de louça de cerâmica ou porcelana influiria diretamente no preço do produto, característica facilmente discernível pelo consumidor comum. Assim, os produtos acabariam sendo consumidos por classes diferentes da população e a concorrência entre eles não seria direta.

A esse respeito, a ABCON citou proposta apresentada pelos **Friends of Antidumping** (grupo do qual o Brasil faz parte e atua, segundo a Associação, ativamente) no âmbito da rodada de negociações de regras da OMC que sugeriria que o conceito de produto objeto da investigação deveria abarcar somente produtos que estivessem sob as mesmas condições de concorrência. Além disso, na análise do escopo da investigação, de acordo com a mencionada proposta, deveriam ser avaliadas as características físicas, o uso final, o canal de distribuição, o grau de intercambiabilidade ou substitutibilidade, de forma a garantir uma homogeneidade/similaridade do produto objeto da investigação.

Nesse contexto, a ABCON reiterou sua sugestão para que fosse realizada segmentação do produto com base na matéria-prima utilizada na fabricação das cerâmicas, bem como na qualidade e no público alvo das cerâmicas. Apoiou, ainda, a manifestação apresentada pela CCIA de que os códigos dos produtos (CODIPs) seriam critérios essenciais de diferenciação dos produtos objeto da investigação e que serviriam o propósito de distingui-los para fins da justa comparação entre o preço de exportação e o valor normal. A ABCON ressaltou, entretanto, que os CODIPs utilizados neste caso seriam insuficientes para individualizar de forma correta o produto investigado. Segundo a Associação, os CODIPs utilizados culminariam em oito tipos de produtos distintos quando, na realidade, existiriam muitos outros tipos de cerâmica objeto da investigação (o parecer de abertura da investigação indicaria 48 subtipos de objetos de louça para mesa). A ABCON citou, ainda, que o parecer de determinação preliminar teria indicado 5 critérios para análise de similaridade, os quais, por si só, se aplicados aos CODIPs adotados falhariam em traçar uma comparação efetiva de similaridade.

Em relação ao argumento apresentado pelas petionárias de que o consumidor não seria capaz de distinguir entre as diferenças de matéria-prima e qualidade arguidas pelas demais partes interessadas, a ABCON ressaltou que todas as características do produto, discerníveis a olho nu ou não, deveriam ser levadas em consideração. Isso porque mesmo as características físico-químicas, sobre as quais o consumidor final não seria capaz de distinguir com facilidade, possuiriam impacto direto no preço do produto, característica essa que, como mencionado anteriormente, seria facilmente discernida pelo consumidor e afetaria a concorrência direta entre os produtos.

Além disso, a ABCON solicitou que alguns produtos, por se tratarem de produtos diferentes daqueles produzidos pelas petionárias e por possuírem processos de produção e usos finais diferentes, fossem excluídos do escopo da investigação, quais sejam: i) produtos para aquecer alimentos que vão ao forno (assadeiras e formas), ii) produtos de alto valor agregado (pintados à mão, adorados com metais preciosos, design patenteado), iii) facas de cerâmica e iv) aparelhos que incluem objetos de cerâmica (aparelhos de fondue). A esse respeito, a ABCON ressaltou que no parecer de determinação preliminar, apesar de ter transcrito as manifestações da Associação relacionadas ao tema, teria sido deixado de ser discutido e decidido sobre ele.

A ABCON identificou, ainda, outros produtos para os quais solicitou a exclusão do escopo da investigação: moinhos de condimentos ou especiarias e suas partes de trituração, de cerâmica e as buffeteras. Segundo a Associação, os moinhos possuiriam uma placa de trituração de cerâmica que não seria a mesma cerâmica utilizada em objetos de mesa. As características físicas dessa placa, em especial a forma, a resistência e a sua composição são diferentes daquelas observadas nos objetos de mesa. Além disso, o uso final



desses moinhos seria distinto do uso dos objetos de mesa investigados, tendo em vista a sua funcionalidade de triturar condimentos ou especiarias. A esse respeito, a Associação ressaltou, ainda, que os moinhos com partes de cerâmica seriam equivalentes aos moinhos integralmente de metal, os quais pela ausência da parte de cerâmica seriam, inclusive, classificados em outro item da NCM. Ademais, a cerâmica que compõe o moinho e suas partes de trituração seriam parcelas pequenas do produto como um todo e por vezes não passariam de 2% do moinho.

As buffeteras, por sua vez, seriam peças cujas bases incluem metal e as tampas são de vidro. Essas peças possuem cerâmica devido à resistência ao calor, o que as torna adequadas para uso em fornos de micro-ondas e lava-louças. Ainda assim, segundo a ABCON, esses produtos não seriam integralmente de cerâmica e não se confundiriam com os objetos de louça objeto da investigação.

Outro produto para o qual a ABCON solicitou a exclusão do escopo da investigação consistiria nos afiadores de facas de cerâmica. O processo de produção e o uso final desses produtos seriam distintos dos objetos de louça utilizados para receber e servir alimentos.

Além disso, a Associação solicitou, também, a exclusão das pedras para pizza feitas de cerâmica de cordierite, uma vez que esses produtos possuiriam características físicas diversas dos objetos de mesa investigados, notadamente quanto à forma, dureza e design. Ainda, a cerâmica de cordierite seria um tipo de alumino-silicato de magnésio com excelente resistência aos choques térmicos, propriedade essa não observada nos objetos de louça de mesa investigados. Segundo a ABCON, essa cerâmica poderia até ser equiparada a tijolos para fornos de pizza. Em razão de suas propriedades físicas, o uso final dessas pedras não se confundiria com as cerâmicas comuns de mesa.

A ABCON solicitou a exclusão do escopo da investigação, também, dos talheres de cerâmica ou porcelana, uma vez que esses produtos não seriam utilizados para receber e servir alimentos, mas teriam o propósito de cortar, misturar e levar à boca os alimentos líquidos ou sólidos.

O mesmo solicitou em relação aos frascos e às garrafas de cerâmica ou porcelana que, segundo a ABCON, seriam utilizados para armazenar líquidos, pós, comprimidos, com ou sem tampa, não servindo, portanto, para receber e servir alimentos.

A Associação alegou, também, que não haveria produção nacional dos produtos para os quais solicitou a exclusão do escopo de investigação.

Na mesma manifestação, a ABCON alegou que, durante a audiência realizada com base no art. 31 do Decreto nº 1.602, de 1995, as petionárias teriam afirmado que não produziam todos os tipos e modelos de cerâmicas objeto da presente investigação. Nesse sentido, a Associação ressaltou que nos procedimentos antidumping deveria haver a correta identificação do produto produzido nacionalmente. Segundo a ABCON a informação fornecida pelas petionárias em audiência colocaria em dúvida, inclusive, a boa fé das empresas que compõem a indústria doméstica.

Por fim, a ABCON solicitou que se esclarecesse que somente os objetos de louça para mesa estariam incluídos no escopo desta investigação e que, portanto, fossem excluídos expressamente os objetos de louça para cozinha, para banheiro e os objetos que incluíssem utensílios de cerâmica.

A empresa Cromus Embalagens Indústria e Comércio Ltda., em 17 de setembro de 2013, protocolou pedido de reconsideração da aplicação do direito provisório, a fim de que esta seja excluída da restrição antidumping para aparelhos de jantar, café ou chá instituída neste processo investigatório. Segundo ela, os produtos importados pela Cromus não seriam aparelhos de jantar, chá ou café, tampouco similares aos produzidos pela indústria nacional, mas voltados para decoração de datas comemorativas como Páscoa e Natal.

A C&C Casa e Construção Ltda., em 18 de setembro de 2013, afirmou que a classificação da NCM abarca diversos tipos de produtos, que, por suas características de valor e utilidade, acabam não competindo umas com as outras. Para exemplificar, a empresa comparou uma caneta "Bic" e uma caneta "Mont Blanc", alegando que cada uma delas seria direcionada para um tipo de consumidor diferente, e por isso, uma não concorreria com a outra. Segundo a importadora, assim também seria entre os produtos fabricados pela indústria nacional e aqueles importados da China, uma vez que os nacionais seriam de qualidade superior e os chineses de baixa qualidade, e portanto, não competiriam entre si.

A importadora rebateu ainda o argumento da indústria doméstica de que o consumidor brasileiro não sabe diferenciar um produto de boa qualidade de um produto inferior, e que por isso acabaria escolhendo o produto mais barato. A esse respeito, a C&C afirmou que o consumidor escolheria o produto que melhor atendesse a relação "custo x benefício".

Em sua manifestação de 18 de setembro de 2013, a CBD afirmou que a definição de produto da Circular nº 59 e da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>) seria muito ampla e abrangeria produtos diferentes entre si:

"As diferenças residem essencialmente no fato de que esses produtos não têm as mesmas utilidades específicas e não são, portanto, substituíveis. O fato de terem em comum uma matéria-prima (porcelana ou cerâmica) e uma mesma destinação genérica (receber e servir alimentos) não é suficiente para afastar essa noção de que se está agrupando produtos diversos."

A CBD afirmou também que a indústria doméstica não produz todos os tipos de produtos importados da China, e por isso, não se poderia afirmar que existe "dumping, dano e nexos causal em relação a produtos que não foram fabricados pela indústria doméstica nesse período".

E continua afirmando que:

"O fato de, eventualmente, a indústria doméstica já ter produzido no passado, deter a tecnologia necessária ou afirmar ter a capacidade para produzir tais produtos específicos não altera a circunstância de que o dumping, o dano e o nexos causal têm que ser aferidos em relação a um período definido, no passado".

Nesse sentido, a CBD solicitou que se excluísse os produtos que não foram produzidos pela indústria doméstica no período investigado, e também aqueles que já tenham sido produzidos, mas que não são produzidos atualmente. Entre eles, a importadora citou os



seguintes produtos: réchauds, pratos de bolo, potes, caçarolas e mini caçarolas, embalagens para queijos e patês e aparelhos de fondue.

Além disso, a CBD afirmou que os principais fabricantes nacionais produziram apenas para os consumidores das classes A e B. Assim, o produto chinês não estaria competindo com o produto fabricado no Brasil, mas apenas atendendo à demanda de novos consumidores. Assim, a importadora solicitou que se fizesse a segmentação do mercado, *“de modo que se limite o escopo da investigação aos produtos que realmente concorrem com os da indústria doméstica (...)”*.

Em 18 de setembro de 2013 a Imaginarium Comércio de Presentes e Decorações S/A pediu exclusão da medida antidumping com os argumentos de que seus produtos possuíam características específicas como tecnologia termossensível, acabamento com película que permite escrita com caneta, giz e lápis e composição de farelos de ossos na porcelana de canecas, e que estes produtos não poderiam ser fabricados, encontrados ou mesmo comparados no mercado interno. A Imaginarium concluiu se upedido alegando que Oxford e Tirolesa, bem como diversas outras indústrias nacionais de lugares diversos do país, não teriam respondido a pedidos de orçamento.

A Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON), apresentou, no dia 1º de outubro de 2013, nova manifestação concernente à audiência realizada no dia 04 de setembro de 2013 e expôs o que se segue.

Conforme a Associação, as peticionárias teriam afirmado na referida audiência que não produziram todos os tipos e modelos de cerâmicas objeto da investigação. Assim, segundo a Associação, tal afirmação representaria afronta aos princípios de defesa comercial e desafiaria o Acordo Antidumping e o Decreto nº 1.602/95.

Em 18 de novembro de 2013 a Art Hot Transfer Distribuidora Ltda. EPP manifestou-se a respeito da medida antidumping provisória, declarando que as importações realizadas pela empresa de canecas para sublimação não se enquadrariam no escopo da investigação. Segundo a empresa, o processo de sublimação, necessário para a produção das canecas para decoração, não teria sido sequer mencionado na definição de produto constante no item IV, Capítulo 2 da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>). Conclui com isto que a Resolução teria excluído este produto da investigação.

A Art Hot fez referência a laudo técnico já acostado aos autos, que teria concluído que o produto importado pela empresa seria totalmente diferente do fabricado pela indústria nacional. Isto porque as canecas para sublimação possuíam cobertura de resina de acrílico com base de poliéster na superfície externa.

A importadora alegou ainda que a indústria doméstica não teria interesse comercial em atender ao reduzido mercado de fotoprodutos por sublimação, uma vez que, decorridos 16 meses do início da investigação, as peticionárias ainda não produziram canecas similares às importadas pela Art Hot. A empresa embasou sua alegação anexando à manifestação e-mails trocados com Oxford, Studio Tacto e Porto Brasil sobre pedidos de encomenda de canecas para sublimação e testes de impressão de fotografias em canecas normais, produzidas pela indústria doméstica.

A Art Hot conclui o pleito requerendo a reanálise da classificação fiscal, que deveria ser diferenciada como “caneca resinada para sublimação” que não encontraria similar nacional, ou que as empresas autoras assumissem por escrito o compromisso de, no prazo de três meses, fornecer ao mercado interno o produto nos parâmetros das canecas importadas da China.

A indústria doméstica, em sua manifestação de 19 de novembro de 2013, discordou das argumentações da Photo USA, de que a Oxford e a Studio Tacto teriam se calado durante a audiência final sobre a não produção no Brasil de canecas sublimadas. As empresas afirmaram que não quiseram entrar no embate com os importadores, e que se posicionaram posteriormente, baseadas no art. 31 do Decreto nº 1.602, de 1995, suas manifestações por escrito acerca das argumentações da referida importadora.

Com relação à argumentação da ABCON de que a indústria doméstica teria afirmado durante a audiência que não produz todos os tipos e modelos cerâmicos, a Oxford e a Studio Tacto alegaram que:

“Esta afirmação, que carece de veracidade, deve ter sido fruto de péssima interpretação dos depoimentos dos representantes das Peticionárias durante a Audiência, ou de um problema de audição dos representantes da Abcon.

Ainda que fosse verdadeira a afirmação da Abcon (e não é o caso), para que fosse levada em consideração na investigação, esta afirmação teria que ser reproduzida por escrito (...). Como isto não foi feito pelas peticionárias, esta desde já desqualifica tecnicamente a afirmação da Abcon.

As Peticionárias já demonstraram a exaustão que não existe definição universalmente aceita, que permita identificar um tipo de louça de mesa específico (...).”

Dessa forma, concluem afirmando que os produtos devem apenas ser similares entre si, e citam o artigo 5º do Decreto nº 1.602, de 1995. Além disso, a indústria doméstica reitera que produz *“todos os tipos de produtos para todos os segmentos específicos do mercado objetos de louça para mesa.”*

A Rede Wal-Mart Brasil Ltda., formada pelas empresas Wal-Mart Brasil Ltda., Bompreço Bahia Supermercados Ltda., Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda. e WMS Supermercados do Brasil Ltda., no dia 18 de novembro de 2013, apresentou nova manifestação a respeito da similaridade do produto e reiterou seus argumentos em manifestação final, protocolada em 17 de dezembro de 2013. A importadora afirmou que *“o produto nacional e o importado não são idênticos e sequer possuem características suficientemente próximas para autorizar sua caracterização como similares”*.

A empresa decidiu reafirmar alguns esclarecimentos acerca da discussão sobre ausência de similaridade entre o produto brasileiro e o importado, tema já abordado na audiência realizada em 4 de setembro de 2013. A Rede Wal-Mart considerou que:

“Desde logo causa espécie o fato de que uma miríade de produtos tão distintos entre si possa ser englobada em uma única categoria genérica, de ‘objetos de louça para mesa’, do que decorre, necessariamente, o grave risco de se cogitar da imposição de direitos antidumping sobre a importação de produtos totalmente distintos, não similares, em que não se verifica qualquer relação causal entre a exportação chinesa e o alegado dano à indústria doméstica.”



Além disso, a empresa citou o fato de a indústria doméstica haver atestado a diversidade entre tipos de louças (cerâmicas de porcelanas), fato que considerou indicativo da impossibilidade de considerá-los similares e compará-los aos produtos chineses. A Rede Wal-Mart ainda alegou que o produto nacional e o importado possuem nítidas diferenças quanto ao processo produtivo, aos canais de distribuição, à finalidade, ao gosto do consumidor e ao público alvo.

A empresa argumentou que os produtores nacionais trabalham com uma linha de produtos já existente e não conseguem atender demandas customizadas, ao contrário dos fabricantes chineses, que têm essa capacidade. Citou também o fato de a indústria nacional não apresentar agilidade no processo de fabricação de produtos, enquanto a China conseguiria atender pedidos específicos, além da demanda comum.

A Rede Wal-Mart também chamou a atenção para a afirmação da indústria doméstica de que, diferentemente dos produtores brasileiros, os chineses utilizam chumbo e cádmio em seu processo de fabricação. Para ela, essa afirmação é mais um indício de ausência de similaridade entre os produtos nacionais e importados, já que possuem matérias-primas distintas e passam por processos produtivos distintos.

Ademais, a empresa destacou o fato de que, *“nas diversas manifestações ao longo do processo, os importadores e exportadores se manifestaram ora afirmando que os produtos chineses são de qualidade superior, ora asseverando o contrário, situações em que não poderiam ser considerados similares ao produto fabricado pela indústria doméstica”* e complementou esse argumento relatando o posicionamento da indústria nacional durante investigação de dumping ocorrida na Europa, já mencionado anteriormente nesta Resolução. A Rede Wal-Mart considerou o estabelecimento do direito antidumping na Europa “mais realista” do que o definido provisoriamente, já que lá, realizou-se ajustes nos preços – referentes à marca e à qualidade – antes de compará-los.

A Brinox Metalúrgica alega em suas manifestações, protocoladas no dia 14 de novembro de 2013 e 06 de dezembro de 2013, que a porcelana importada pela empresa não é disponibilizada pelo mercado nacional, sendo de rara disponibilidade até mesmo na China. A empresa enfatiza que importa porcelana de qualidade superior àquelas produzidas pelas petionárias, tomando seus preços superiores aos da indústria doméstica. Ainda, a Brinox salienta ser de suma importância excluir do processo de investigatório as empresas que importam materiais não oferecidos pela indústria doméstica.

A HCL Comércio Exterior Ltda., em 10 de dezembro de 2013, protocolou uma manifestação solicitando a revogação do direito provisório estabelecido pela RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>). A empresa, assim como na sua última manifestação protocolada, declarou que com a ausência de importações, as classes C, D e E sofreriam desabastecimento de produto com qualidade e preço acessível.

A HCL considerou a medida como “altamente protecionista” e afirmou que *“o ticket médio praticado pela Oxford, Schimdt e outras petionárias nunca atendeu as classes citadas em sua plenitude”*.

Em 12 de dezembro de 2013, a Oxford e a Studio Tacto comentaram as declarações feitas por algumas partes interessadas de que a indústria nacional não fabrica produtos para atender as classes C e D. As petionárias afirmaram que, além da Studio Tacto, outros **players** focam nos segmentos C e D: Biona Cerâmica, Cerâmica Brasília, J. Rosa Portela e Utility, por exemplo.

Quanto à afirmação por parte da ABCON de que a indústria nacional não produz aparelhos de fondue, as petionárias sugeriram visitas aos sites da Tramontina e Ceraflame para comprovar que tal afirmação está equivocada.

Em 13 de dezembro de 2013 a Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON) reiterou que, em função dos diversos elementos diferenciadores que impactariam as características e preços do produto investigado, se justificaria a realização de análise segmentada desses diferentes tipos de produtos. Nesse contexto, a ABCON citou investigações anteriores conduzidas, em que, segundo a Associação, teria havido a segmentação do produto (pneus, armações de óculos e artigos plásticos)

Nesse contexto, a ABCON reiterou sua sugestão para que fosse realizada segmentação do produto com base na matéria prima utilizada na fabricação (louça ou cerâmica), bem como na qualidade e no público alvo das cerâmicas (produto superior, intermediário e popular). Apoiou, ainda, a manifestação apresentada pela Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) de que os códigos dos produtos (CODIPs) seriam critérios essenciais de diferenciação dos produtos objeto da investigação e que serviriam o propósito de distingui-los para fins da justa comparação entre o preço de exportação e o valor normal. A ABCON ressaltou, entretanto, que os CODIP's utilizados neste caso seriam insuficientes para individualizar de forma correta o produto investigado. Segundo a Associação, os CODIP's utilizados culminariam em oito tipos de produtos distintos quando, na realidade, existiriam muitos outros tipos de cerâmica objeto da investigação (o parecer de abertura da investigação indicaria 48 subtipos de objetos de louça para mesa). A ABCON citou, ainda, que o parecer de determinação preliminar teria indicado 5 critérios para análise de similaridade, os quais, por si só, se aplicados aos CODIP's adotados falhariam em traçar uma comparação efetiva de similaridade.

Sem prejuízo, lembrou a Associação, que as NCMs 6911.10.10, 69.11.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 englobam uma enorme variedade de cerâmicas e que, dentre elas, existem cerâmicas claramente fora do escopo da investigação e para os quais a ABCON entende necessário o exposto esclarecimento de modo que eventual medida não seja aplicada a qualquer produto indiscriminadamente classificado nos códigos acima.

Tendo em vista que a Nota Técnica nº 119 e a Circular de Abertura utilizam o termo “louça” como variedade de utensílios de mesa utilizados para receber e servir alimentos, seja para uso doméstico ou comercial, feitos de cerâmica, incluindo o subtipo específico porcelana e ainda que, conforme exposto na Nota Técnica nº 119, excluiu-se da análise da presente investigação: artigos de higiene ou de tocadour, afiadores, moedores, raladores, descascadores, fatiadores e demais utensílios de corte, a ABCON conclui que os utensílios de cerâmicas de cozinha, de banheiro ou de outros tipos destinados a fins que não ao uso em mesa estão fora do escopo da investigação. Solicita a Associação que se esclareça de forma clara na determinação final que somente os objetos de louça para mesa estariam incluídos no escopo desta investigação e que, portanto, sejam excluídos expressamente os objetos de louça para cozinha, para banheiro e os objetos que incluíssem utensílios de cerâmica.



Conforme a Associação, as petionárias teriam afirmado na referida audiência que não produziram todos os tipos e modelos de cerâmicas objeto da investigação. Assim, segundo a Associação, tal afirmação representaria afronta aos princípios de defesa comercial e desafiaria o Acordo Antidumping e o Decreto nº 1.602/95.

A ABCON apresentou no dia 1º de outubro de 2013, petição solicitando que as Petionárias fossem questionadas sobre as linhas efetivamente produzidas e comercializadas pelas empresas para que, a contrário senso, aquelas não produzidas fossem excluídas da investigação. A Associação, inclusive, exemplificou a inexistência de produção nacional, a partir da apresentação de atestado de inexistência de produção estadual emitido pela Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC, em que se declara que não há no Estado (mesmo de localização das Petionárias) fabricantes de caneca com camada externa especial para receber transferência de imagens através de sublimação.

Ocorre que, segundo a empresa, não foi observada a expedição de qualquer ofício no sentido de questionar as Petionárias acerca dos tipos e modelos de cerâmica produzidos e tampouco, na verificação **in loco**, foram verificadas tais informações.

Corroborando a alegada ausência de produção nacional de alguns produtos, informada pela Associação, esta indica que a indústria doméstica ao longo do processo se manifestou por diversas vezes informando que estava retornando ao mercado de canecas de sublimação e que detinha o conhecimento técnico de produção para peças de fondue. No entanto, capacidade técnica para produção não equivale à existência de produção nacional, principalmente no que concerne à produção ao longo do período sob investigação. Dessa forma, para a Associação resta evidente a inclusão de determinados produtos no escopo da investigação que não possuem produção nacional, contrariando, assim, princípios basilares da aplicação de medidas de defesa comercial, o Acordo Antidumping e o Decreto nº 1.602/1995.

A ABCON entende que alguns produtos não deveriam estar incluídos no escopo da investigação por se tratarem de itens substancialmente diferentes daqueles produzidos pela indústria doméstica, bem como por reproduzirem cerâmicas não produzidas nacionalmente ou, ao menos, não produzidas durante o período investigado. Dentre os produtos para os quais se pleiteia a exclusão encontram-se, por exemplo, produtos que contêm cerâmicas, mas que não são produzidos integralmente dessa matéria-prima. Ademais, são produtos que apresentam diferenças quanto à forma, dureza, durabilidade, design e uso. Diante de tais peculiaridades físicas e químicas alega a Associação que esses objetos passam por um processo produtivo diferenciado, em que pese serem classificados sob o mesmo código NCM, o que interfere diretamente no preço que é comparavelmente mais alto do que os dos demais tipos de cerâmica investigados.

Neste sentido, a ABCON reiterou a solicitação de exclusão, especificamente, do escopo da investigação: i) dos talheres de cerâmica ou porcelana, uma vez que esses produtos não seriam utilizados para receber e servir alimentos, mas teriam o propósito de cortar, misturar e levar à boca os alimentos líquidos ou sólidos; ii) produtos para aquecer alimentos que vão ao forno (e.g. assadeiras e formas); iii) produtos de alto valor agregado (e.g. pintados à mão, adornados com metais preciosos, design patenteado, entre outros); iv) aparelhos que incluem objetos de cerâmica (e.g. aparelhos de fondue) v) buffeteras; vi) afiadores de facas de cerâmica. vii) pedras para pizza feitas de cerâmica de cordierite; viii) frascos; ix) garrafas de cerâmica ou porcelana; x) moinhos de condimentos ou especiarias e suas partes de trituração, de cerâmica.

Em 17 de dezembro de 2013, a Photo USA Electronics Graphic Inc. declarou que o seu principal objetivo na audiência final realizada foi questionar e ressaltar o fato de as canecas de cerâmica com revestimento de poliéster, adequadas para a impressão de fotos pelo processo de sublimação, ainda não terem sido excluídas do escopo da presente investigação.

A empresa alegou que não iria repetir seus argumentos, tendo já apresentado extensiva e detalhadamente sua posição acerca da falta de similaridade entre o referido produto e os demais abarcados pela investigação. Segundo ela:

“Já foi demonstrado e explicado que o produto exportado pela empresa não possui similaridade, seja com o produto objeto da investigação, seja com o produto produzido pela indústria doméstica, tendo em vista que estes (i) diferem em suas características físicas; (ii) diferem em suas matérias-primas; (iii) diferem em seus processos produtivos; (iv) diferem em suas finalidades; (v) participam de setores da indústria diferentes; (vi) participam dos correspondentes mercados diferentes e; (vii) são vendidos por canais de distribuição diferentes, de forma que não se caracterizam como produtos substituíveis.”

Sendo assim, a Photo USA ressaltou que essencial à análise desta investigação é o fato de não haver ocorrido fabricação nacional do produto em questão no período designado para aferição de dumping e do correspondente dano. A empresa acrescentou que esse fato foi reforçado pela constatação de que a indústria doméstica não dispõe da parcela do processo produtivo necessário a possibilitar a reprodução de imagens em suas canecas.

A exportadora chinesa observou que, ao longo de todo o processo, as petionárias não conseguiram provar que efetivamente fabricaram o referido produto durante o período investigado. Portanto, para a Photo USA, as canecas com revestimento de poliéster não podem ser objeto de investigação, já que não foram produzidas no Brasil durante o período investigado. Segundo ela, não é possível haver dano se não há produção doméstica a se prejudicar.

A Photo USA alegou também que, da mesma forma, seria impossível a aplicação de direitos antidumping com a finalidade de proteger futura produção a ser desenvolvida pela indústria doméstica. No entendimento da empresa, mesmo que a indústria doméstica iniciasse a produção das referidas canecas, esta seria uma ação futura não coberta pelo período da investigação e não poderia ser objeto de direito antidumping.

Por fim, a Photo USA atentou para o fato de que a decisão da União Europeia de não excluir as canecas de cerâmica com revestimento de poliéster do escopo da investigação ocorrida lá não deveria ser levada em consideração na análise, visto que as referidas canecas eram de fato produzidas na União Europeia, diferentemente da situação brasileira.

2.5.1 Do posicionamento



Reitera-se o posicionamento já expressado no parecer de determinação preliminar no sentido de que, em se tratando de bens de consumo, é comum que cada fabricante detenha sua própria tecnologia e marca, não significando que os produtos sejam únicos e sem concorrentes. Ou seja, mesmo que produtos não sejam exatamente idênticos, se possuírem características muito próximas, podem ser considerados similares, nos termos da legislação aplicável.

A definição do produto similar nacional considerou exatamente as indicações do Acordo Antidumping. Os objetos de louça para mesa nacionais possuem basicamente as mesmas características dos objetos de louça para mesa importados da China. Ambos são fabricados essencialmente a partir das mesmas matérias-primas e possuem processos produtivos semelhantes.

Além disso, deve-se ressaltar, inicialmente, que eventuais diferenças na qualidade dos produtos importados e fabricados nacionalmente não enseja a conclusão de ausência de similaridade entre os produtos.

A partir das próprias manifestações e percepções das partes interessadas, pode-se concluir que a indústria nacional fabrica tipos variados do produto em questão, assim como pode-se verificar que são também importados tipos variados de objetos de louças. Enquanto algumas partes consideraram que o produto brasileiro é superior ao chinês, outras relataram exatamente o oposto, o que leva a se pressupor a oferta de uma gama variada de produtos, de diversos níveis de qualidade. Além disso, pôde-se constatar por ocasião das verificações **in loco** nas empresas que compõem a indústria doméstica a grande variedade de produtos de cerâmica e de porcelana fabricados no Brasil, voltados a todos os segmentos de mercado.

Tendo isso em vista, cabe esclarecer quanto às manifestações da C&C sobre diferenças entre os produtos comercializados por elas e os fabricados pela indústria doméstica, que a indústria doméstica é composta pela Oxford e também pela Studio Tacto, sendo que aquela produz peças de porcelana e também de cerâmica e voltados a diversos segmentos de mercado. Dessa forma, não procede sua alegação no sentido de que seus produtos não guardam similaridade com os objeto da presente investigação.

Quanto ao argumento de que a indústria doméstica não possuiria capacidade de produção para atender a demanda, verificou-se que há linhas de produção e fornos desativados, além de possíveis ocorrências de férias coletivas e elevada quantidade de estoques nas fábricas (chegando a 2 meses de produção).

Sobre a alegada incapacidade da indústria doméstica de atender a encomendas de produtos customizados, ao contrário do que declarou a Wal-Mart, verificou-se durante as verificações **in loco** que há sim produção sob encomenda de peças promocionais e personalizadas. Além disso, deve-se ressaltar que não é requisito para aplicação de eventual direito antidumping que a indústria doméstica ou, mesmo a produção nacional, tenha capacidade de atender à totalidade do mercado brasileiro. Isso porque não é objetivo das medidas antidumping impedir o comércio com os países investigados, ou com outros fornecedores estrangeiros. As medidas antidumping visam tão somente neutralizar práticas desleais de comércio, não constituindo impeditivo à realização das importações da origem investigada.

Quanto à declaração da Havan de que os fabricantes nacionais importariam objetos de louça por não possuírem capacidade de atender à demanda, uma breve análise à tabela referente aos estoques no tópico 6.1.4 indica que durante o período investigado a indústria doméstica apenas realizou importações de produtos objeto da investigação em P2. No relatório de verificação Isto deveu-se a o fato de que, conforme consta no relatório de verificação **in loco** à Oxford Porcelanas S.A., a empresa *"importou da China, por um curto período de tempo, objetos de louça feitos com base em uma massa que tem como um dos componentes o pó de ossos bovinos, vendida com a denominação Bone China. Porém, o desempenho no mercado ficou abaixo do esperado e as importações foram interrompidas."*

Especificamente com relação à necessidade da segmentação de mercado para fins de determinação de dano, deve-se ressaltar que as disposições do Decreto nº 1.602, de 1995, em consonância com o Acordo Antidumping, não prevêm a possibilidade de determinação da existência de dano "por segmento".

O art. 14 do Decreto nº 1.602, de 1995, é claro ao estabelecer que o *"termo dano será entendido como dano material ou ameaça de dano material à indústria doméstica já estabelecida ou retardamento sensível na implantação de tal indústria"*. O § 8º do mesmo artigo ainda elucida que o "exame do impacto das importações objeto de dumping sobre a indústria doméstica incluirá avaliação de todos os fatores e índices econômicos pertinentes, que tenham relação com a referida indústria. Ora, o art. 17 do mesmo diploma legal define o termo indústria doméstica como sendo *"a totalidade dos produtores nacionais do produto similar (...)"*.

Vê-se, portanto, que a definição da indústria doméstica e, conseqüentemente, a determinação de dano estão vinculadas à definição do produto similar, que decorre da definição do produto objeto da investigação, como visto na transcrição do § 1º do art. 5º do Decreto nº 1.602, de 1995, apresentada anteriormente. Ao se definir o produto objeto da investigação como objetos de louça, definiu-se, por consequência, que a determinação de dano à indústria doméstica seria realizada com base nos indicadores das empresas brasileiras produtoras de objetos de louça como um todo, não havendo, portanto, previsão para segmentação dessas empresas ou do produto.

Várias empresas relacionaram uma série de características que impactariam no preço final do produto e pediram para que estas fossem levadas em consideração na análise da comparação entre o produto importado e o fabricado no país. A este respeito, inicialmente importa destacar que a ausência de resposta ao questionário por parte dos exportadores chineses e a falta de cooperação das empresas não permitiu que se realizasse uma comparação mais abrangente por tipo de produto. A comparação de preços levou em consideração todas as características que foram apuradas e que causariam impacto no preço final do produto. Deve-se ressaltar que, quando do envio dos questionários às partes interessadas, os códigos de produto elaborados não foram questionados pelos exportadores, tampouco pela indústria doméstica. Dessa forma, considera-se que a segmentação realizada foi adequada.

Com relação à alegação de que as xícaras e canecas para sublimação deveriam ser excluídas do escopo da presente investigação, concluiu-se que essas xícaras e canecas, apesar do revestimento de resina ou poliéster, possuem as mesmas características físicas, são produzidas a partir das mesmas matérias-primas e com mesmo processo produtivo que os objetos de louça objeto desta investigação, além de serem visualmente idênticas. As canecas e xícaras de louça, com ou sem revestimento, se prestam às mesmas finalidades, sendo ambas utilizadas como recipientes para beber ou servir alimentos líquidos, ou seja, não há qualquer impedimento para que uma xícara de louça sem cobertura de resina seja substituída por uma xícara de louça coberta com resina.

O fato de a indústria doméstica não fabricar exatamente este tipo de xícara ou caneca não inviabiliza a caracterização do produto como sendo objeto da presente investigação, uma vez que a obrigação sobre a indústria doméstica reside na necessidade de fabricação de



produto similar ao importado e não exatamente igual.

A manifestação da Art Hot no sentido de que o processo de sublimação não foi citado na definição de produto constante na RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>) e que por isso este tipo de produto foi excluído do escopo da investigação não pode prosperar, uma vez que a sublimação constitui-se em uma técnica de decoração de objetos de louça, dentre outras existentes, não sendo a adição de resina de poliéster elemento significativo a ponto de alterar as características essenciais do produto.

No mesmo sentido, a alegação da Cromus de que os produtos que importa não são similares aos produzidos pela indústria nacional por serem voltados para a decoração de datas comemorativas não procede pois o fato de haver decoração temática nas peças não afasta a similaridade entre os produtos, não havendo impedimento para que sejam usados para a mesma finalidade, qual seja, servir alimentos.

Sobre os canais de distribuição das canecas para sublimação, efetivamente estes não são os mesmos observados para os objetos de louça de uma maneira geral. Não obstante, estas diferenças não são suficientes para descaracterizar a similaridade destas canecas com o produto objeto da investigação, uma vez que possuem as mesmas finalidades, são substituíveis entre si e possuem processos produtivos e matérias-primas semelhantes, sendo que a única diferença é a presença da película de poliéster.

Sobre a declaração da Esper, da Anderson de Simas Eirelli ME e da Metalnox no sentido de que a imposição de medida antidumping às canecas porcelanadas resinadas teria por consequência o prejuízo aos setores da economia que as utilizam como insumo e o impacto na inflação, esclarece-se que a análise do dano se restringe à indústria doméstica, entendida como o conjunto dos fabricantes do produto objeto da investigação. A análise do impacto de eventual aplicação do direito a outros setores da economia não é de competência do DECOM, que deve restringir suas conclusões à análise de dumping, dano e nexos de causalidade. Dessa forma, o impacto de eventual aplicação de medida antidumping deve ser tratado em foro apropriado.

O mesmo se aplica aos pedidos feitos pela Art Hot de reanálise da classificação fiscal, uma vez que não é de competência do DECOM proceder a alterações ao Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias ou à Nomenclatura Comum do Mercosul. Com relação aos pedidos da Art Hot e da C&C para que seja excluída da aplicação do direito antidumping provisório, cabe esclarecer que o direito antidumping incide sobre produtos e não sobre empresas, não se podendo falar em afastamento da aplicação da medida para a importadora.

A respeito da alegação de que os produtos da Le Creuset deveriam ser excluídos do escopo da investigação, deve-se esclarecer inicialmente que não foram apresentados elementos de prova que mostrassem inexistir produção de objetos de louça para mesa de **stoneware**, como alegado pela importadora Le Creuset do Brasil. Também não foram trazidas informações aos autos que permitissem descaracterizar este produto como objeto da investigação.

Ademais, ainda com relação à declaração de que os produtos importados pela Le Creuset não seriam similares aos incluídos no escopo da investigação, de acordo com declaração da própria importadora, reproduzida no parecer de determinação preliminar, a empresa fabrica e comercializa produtos de cerâmica para mesa e cozinha, o que pôde ser confirmado por meio do catálogo trazido pela importadora aos autos do processo.

Também não pode prosperar a alegação de diferenciação no tocante à classificação fiscal e aduaneira, uma vez que os produtos importados pela Le Creuset do Brasil Ltda e produzidos pela Dongguan Yongfuda Ceramics Co., Ltd foram identificados nas estatísticas oficiais de importação da Receita Federal do Brasil para as NCMs abrangidas pela presente investigação.

Apesar de ter manifestado interesse em firmar compromisso de preço, a Le Creuset não especificou as cláusulas e as condições em que esses preços seriam praticados. Além disso, o compromisso deveria ter sido apresentado pela produtora chinesa, em conformidade com o artigo 35 do Decreto nº 1.602, de 1995, o que não ocorreu. Assim, decidiu-se pela recusa do compromisso proposto, uma vez não ter sido possível avaliar sua eventual eficácia, tampouco solicitar novas informações à exportadora, tendo em vista o encerramento da fase de instrução do processo.

Sobre a alegação de que os produtos da Le Creuset são direcionados a público de poder aquisitivo mais elevado, cabe destacar que dentro do escopo desta investigação estão abrangidos objetos de louça para mesa de todas as qualidades e voltados a todos os tipos de consumidores, não havendo que se falar em exclusão de produtos com base em seu direcionamento a determinada classe social.

Além disso, constatou-se que os preços dos produtos importados pela Le Creuset não apresentam diferenças significativas em relação ao preço médio por quilo das demais importações de objetos de louça provenientes da China, podendo ser considerados, portanto, concorrentes diretos dos objetos de louça investigados e dos produtos fabricados pela indústria doméstica.

Na mesma esteira, não pode prosperar a alegação da Resitech Brazilian Quality Group Ltda de que os preços de seus produtos são consideravelmente mais elevados por constituírem-se de peças exclusivas desenhadas por designers e de marcas únicas. [CONFIDENCIAL]. Além disso, ao contrário do que alega a importadora, não há característica de design que possibilite distinguir estas peças dos produtos objeto da investigação.

O mesmo se aplica à argumentação da Brinox, uma vez que [CONFIDENCIAL].

A manifestação da Multi-Nox no sentido de que o produto importado seria mais caro do que o nacional não procede, uma vez que constatou-se que o preço do produto importado da origem investigada, internado no Brasil, esteve subcotado em relação ao preço da indústria doméstica em todo o período de análise de dano.

Sobre a declaração da HCL de que, com a ausência das importações, haveria desabastecimento de produtos voltados às classes C, D e E, as quais se endividariam caso quisessem adquirir o produto da indústria doméstica, cabe ressaltar que a aplicação de direito antidumping não visa impedir as importações do produto objeto da investigação, mas neutralizar os efeitos da prática desleal que causa



dano à indústria nacional. Além disso, como já destacado nesta Resolução, a indústria doméstica possui grande variedade de produtos, voltados a diversos segmentos de mercado.

2.5.2 Da conclusão a respeito da similaridade

O § 1º do art. 5º do Decreto nº 1.602, de 1995, dispõe que o termo similar será entendido como produto idêntico sob todos os aspectos ao produto que se está examinando ou, na ausência de tal produto, outro que, embora não exatamente igual sob todos os aspectos, apresente características muito próximas às do produto que se está considerando.

Os objetos de louça para mesa importados da China e aqueles fabricados no Brasil são produzidos a partir das mesmas matérias-primas, possuindo composição química e características físicas muito próximas e são utilizados nas mesmas aplicações.

Assim, diante das informações apresentadas, considerou-se que o produto fabricado no Brasil é similar ao importado da origem investigada, nos termos do § 1º do art. 5º do Decreto nº 1.602, de 1995.

Quanto à exclusão de determinados produtos do escopo da investigação, decidiu-se por indeferir os pedidos de exclusão de produtos para aquecer alimentos que vão ao forno (assadeiras e formas); peças com aplicação de película de poliéster para sublimação; peças para decoração de datas comemorativas; peças com farelos de ossos em sua composição; mercadorias de culinária japonesa; produtos de alto valor agregado (pintados a mão, adornados com metais preciosos, design patenteado); aparelhos que incluem objetos de cerâmica (aparelhos de fondue); buffeteras; frascos e garrafas de cerâmica; réchauds; pratos de bolo; potes; caçarolas e mini-caçarolas; embalagens para queijos e patês por entender que estas peças se enquadram na definição do produto objeto da investigação por serem fabricadas essencialmente das mesmas matérias-primas, possuem processos produtivos semelhantes, além de terem a função primordial de receber e servir alimentos.

Quanto ao pedido feito pela Le Creuset de exclusão do escopo da investigação dos produtos de **stoneware** ou **grés**, que segundo a parte interessada não seriam produzidos pela indústria doméstica, não foi considerada adequada a mencionada exclusão, uma vez que a empresa não apresentou elementos suficientes que subsidiassem a análise do pleito.

No mesmo sentido, não foram apresentados elementos que sustentassem a afirmação da Irmãos Muffato de que não haveria produção nacional de caçarolas e travessas. Quanto a estas, inclusive foi identificada produção quando da realização da verificação **in loco** à indústria doméstica.

Mantém-se o posicionamento expressado no Parecer de Determinação Preliminar no sentido de excluir da definição de produto objeto da investigação os utensílios de corte de louça importados da China, uma vez que não são destinadas aos mesmos usos e aplicações, além de possuírem características diferentes. O mesmo se aplica raladores, descascadores, fatiadores e demais utensílios de corte de cerâmica, aos moinhos de condimentos ou especiarias, afiadores de facas, moedores, talheres de cerâmica ou porcelana, pedras para pizza feitas de cerâmica de cordierite e artigos de higiene e de toucador de cerâmica ou de porcelana.

3. DA DEFINIÇÃO DA INDÚSTRIA DOMÉSTICA

Para fins de determinação final da existência de dano, definiu-se como indústria doméstica, nos termos do art. 17 do Decreto nº 1.602, de 1995, a linha de produção de objetos de louça para mesa, independentemente do seu grau de porosidade, da Oxford e do Studio Tacto, cuja produção representou 54% (cinquenta e quatro por cento) da produção nacional de abril de 2011 a março de 2012.

3.1 Das manifestações acerca da definição da indústria doméstica

A Associação Brasileira de Importadores, Produtores e Distribuidores de Bens de Consumo (ABCON), apresentou, no dia 1 de outubro de 2013, manifestação concernente aos princípios de defesa comercial e a dispositivos do Acordo Antidumping e do Decreto nº 1.602, de 1995.

No que tange à infringência à regulamentação citada, a Associação apontou que tal regulamentação exige que a análise de dano deveria levar em consideração os efeitos das importações a preço de dumping para a produção do produto similar; que a indústria doméstica deveria ser considerada como os produtores do produto similar em território nacional; e que as petionárias deveriam apresentar dados de volume e valor de produção nacional, sendo que a representatividade da indústria doméstica só deve ocorrer se o pleito antidumping for apoiado por pelo menos 50% dos produtores domésticos. Dessa forma, a ABCON alegou que, não havendo produção nacional, não estariam presentes os requisitos para a continuidade da investigação nem da aplicação de medida antidumping, seja em caráter provisório seja em definitivo. Por isso, referida aplicação nesta situação importaria proteção infundada, injusta e desnecessária a empresas que não seriam produtoras do produto investigado.

A ABCON aduziu, ainda, que as petionárias teriam alegado em audiência que o mercado consumidor brasileiro não seria prejudicado ou ficaria desabastecido, pois outras origens, que não a investigada, produziram os modelos de cerâmica que a indústria doméstica não fabricaria. Segundo a manifestante, ao fazer tal afirmação, as petionárias estariam demonstrando não haver alternativa nacional para as diversas categorias de cerâmicas e que a demanda dos produtos apenas seria suprida por importações. Ainda, as petionárias teriam tido comportamento contraditório ao peticionar requerendo aplicação de medidas antidumping contra a importação de grupo de produtos que elas fabricariam nacionalmente, mas ao afirmar, posteriormente, em audiência, serem cientes da ausência de produção nacional quanto à totalidade das linhas de cerâmicas abrangidas pela investigação.

Nesse contexto, a manifestante entende que, em razão de ausência de produção nacional, restaria prejudicada a aplicação de medida antidumping provisória. Além disso, estaria ausente um dos requisitos essenciais para a aplicação de medida antidumping conforme normatização e jurisprudência da Organização Mundial do Comércio (OMC). Citando trechos do Relatório do Painel **Argentina – Poultry Anti-Dumping Duties** e o Relatório do Órgão de Apelação **EC – Fasteners** (China), a ABCON afirmou que o termo indústria doméstica deveria ser interpretado de maneira específica e que a autoridade investigadora não poderia agir de modo a criar risco material de distorção quanto à definição de tal termo. Assim, a Associação argumentou que haveria violação dos artigos 4 e 5 do Acordo Antidumping e dos artigos 17 e 18 do Decreto nº 1.602, de 1995 devido à ausência de produção nacional para a totalidade dos



produtos abrangidos pelo escopo da investigação e sujeitos à medida antidumping. Ainda, o próprio procedimento investigatório encontrar-se-ia prejudicado.

A Associação concluiu requerendo a imediata suspensão da medida antidumping provisória em razão de as petionárias não produzirem a totalidade das cerâmicas objeto da investigação; a emissão de ofício, em caráter de urgência, para que as petionárias indiquem os segmentos específicos para os quais exista efetiva produção nacional e para os quais não exista produção nacional; e, após resposta a tal ofício, que fosse determinada a exclusão dos segmentos para os quais não foi identificada produção nacional por parte das petionárias.

Em 19 de novembro de 2013, a Oxford Porcelanas rebateu a argumentação anteriormente apresentada pela ABCON sobre a alegada falta de representatividade da indústria doméstica. Na ocasião, a Oxford ressaltou que, juntamente com a Studio Tacto, representaria 54% da produção nacional, e que conforme o estabelecido no Decreto nº 1.602, de 1995, bastaria que as empresas petionárias representassem 25% da produção nacional, para que apresentassem uma petição de abertura de investigação. Além disso, a empresa ressaltou ter recebido dos demais produtores nacionais, que representariam 36% da produção nacional, o apoio à apresentação o pleito.

3.2 Do posicionamento acerca da definição da indústria doméstica

Ressalta-se que não é requisito para aplicação de eventual direito antidumping que a indústria doméstica ou, mesmo a produção nacional, tenha capacidade de atender à totalidade do mercado brasileiro. Isso porque não é objetivo das medidas antidumping impedir o comércio com os países investigados, ou com outros fornecedores estrangeiros. As medidas antidumping visam tão somente neutralizar práticas desleais de comércio, não constituindo impeditivo à realização das importações da origem investigada.

Portanto, não cabe aqui se discutir pelo encerramento do presente processo em razão de tais argumentações feitas pela ABCON.

4. DO DUMPING

De acordo com o art. 4º do Decreto nº 1.602, de 1995, considera-se prática de dumping a introdução de um bem no mercado doméstico, inclusive sob as modalidades de **drawback**, a preço de exportação inferior ao valor normal.

4.1 Do dumping para efeito do início da investigação

Para fins de início da investigação, utilizou-se o período de abril de 2011 a março de 2012, a fim de se verificar a existência de elementos de prova de prática de dumping nas exportações para o Brasil de objetos de louça para mesa da República Popular da China.

4.1.1 Do valor normal para efeito do início da investigação

Uma vez que a República Popular da China, para fins de defesa comercial, não é considerada um país de economia predominantemente de mercado, a petionária sugeriu adotar, para fins de abertura de investigação, conforme previsto no § 1º do art. 7º do Decreto nº 1.602, de 1995, o preço praticado em um terceiro país de economia de mercado com vistas à determinação do valor normal.

Neste sentido, a petionária indicou a República da Colômbia como o mercado a ser adotado para fins de apuração do valor normal da China. Segundo alegado na petição,

“O cálculo do valor normal para o produto investigado chinês foi determinado tendo como base a informação de faturas da empresa Loceria Colombiana S.A. (marca Corona) da Colômbia (preço praticado do produto similar, em um terceiro país de economia de mercado).”

Foram apresentados documentos de venda da empresa colombiana que, segundo as petionárias, seria uma das maiores produtoras de louças de América Latina, realizadas no período de abril de 2011 a março de 2012, no total de 10 faturas por mês. Segundo as petionárias:

“Solicitou-se à empresa colombiana a apresentação de notas fiscais que abarquem a maior quantidade de tipos de peças e produtos comercializados pela empresa de forma a alcançar um valor médio por quilo representativo.

As 120 faturas apresentadas compõem uma base sólida para demonstrar a existência de indícios claros sobre a existência de práticas de dumping nas exportações chinesas que justificam a abertura de uma investigação”.

Para o cálculo do valor normal, considerou-se o faturamento total das mencionadas vendas, líquido de impostos (IVA 16%), convertidos em dólares americanos, utilizando dados de cotização da taxa de câmbio do peso colombiano frente ao dólar do Banco da República da Colômbia. Não foram considerados os dados a respeito dos valores de frete interno na Colômbia, constantes da petição, uma vez que o preço de exportação adotado se encontra na condição FOB.

Dessa forma, o valor normal apurado para a China, para fins de abertura da investigação, alcançou US\$ 4,66/kg.

4.1.1.1 Das manifestações acerca da escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado para cálculo do valor normal

Em 26 de julho de 2013, a Companhia Brasileira de Distribuição (CBD) reiterou que discorda do fato de a China não ter sido considerada economia de mercado na investigação e, também, da escolha da Colômbia como terceiro país para cálculo do valor normal. Segundo a empresa, o país seria uma referência inadequada para a obtenção do valor normal, já que apresentaria falhas de mercado como uma concentração de oferta em poucas empresas. Ademais, a CBD coletou dados junto ao grupo Casino Global Sourcing (Casino) para sugestão de uma nova referência de valor normal: as exportações da Indonésia à França. Esses dados apresentados, considerando-se o período de abril de 2011 a março de 2012, indicaram um preço médio de US\$ 1,45/kg.



Assim sendo, a CBD requereu que fosse considerado esse preço médio, com a utilização da Indonésia na determinação do valor normal, ao invés da Colômbia.

A Guangxi Chengdahang Imp & Exp. Co. Ltd., em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, também alegou inadequação da escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado. Ao contrário do fundamentado pela indústria doméstica, o produto colombiano, especialmente aquele fabricado pela empresa Loceria Colombiana S.A., apresentaria fundamentais diferenças relativamente ao produto produzido na China, o que deveria impedir seu uso como base de cálculo de valor normal.

Mas, se esta vier a ser considerada a “melhor informação disponível”, ajustes deveriam ser realizados a fim de permitir comparação justa e corrigir as distorções supostamente causadas pelas diferenças nas características dos produtos com relação a: (a) Matéria-prima: enquanto a matéria-prima utilizada pelos produtores chineses seria um amálgama de caulim, feldspato e quartzo, commodities de baixo custo no mercado internacional, aquela utilizada pelos produtos colombianos seria a pedra-sabão, produto com alto valor de venda e utilizado para produção de louças de maior valor agregado, implicando em maior qualidade, o que exigiria uma redução no valor normal encontrado; (b) Custo de bens de capital: a indústria chinesa utilizaria equipamento adquirido no mercado interno, enquanto os produtores colombianos seriam obrigados a adquirir tais equipamentos no mercado externo, o que aumentaria seus custos de amortização e depreciação, repassados aos consumidores. Isso também exigiria uma redução no valor normal encontrado; (c) Tecnologia produtiva: os produtores chineses utilizariam a tecnologia de moldagem por rolos, relativamente simples e utilizada para produzir porcelanas comuns de alta brancura, enquanto os colombianos utilizariam a tecnologia de enchimento de moldes, com baixa produtividade e alto custo de produção, utilizada para a produção de porcelana de ultra alta brancura; e (d) Diferenças físicas: (i) Enquanto o grau de brancura dos produtos chineses giraria em torno de 65%, aquele dos produtos colombianos seria superior a 70%. O valor normal deveria ser reduzido em 20% (a diferença de custo de produção e preço de vendas entre tais classes de produtos) para comparação razoável; (ii) Os fabricantes chineses exportariam porcelana “branca”, enquanto a vendidas pelos colombianos seria usualmente acrescida de material decorativo. Mesmo nos casos em que os produtos chineses são acrescidos de detalhes, estes seriam papéis decorativos comuns, enquanto os produtores colombianos utilizariam materiais como ouro e prata. Nesse caso também, o valor normal deveria ser reduzido em 20%; (iii) A maior parte dos produtos chineses corresponderia às grades C e D, enquanto os produtos colombianos corresponderiam à grade A. Nesse caso, o valor normal deveria ser reduzido em 30%; (iv) O produto colombiano teria peso unitário menor do que o produto chinês, o que elevaria artificialmente o preço de venda do produto colombiano. Nesse caso, o valor normal também deveria ser reduzido em torno de 20%; e (v) O produto colombiano seria vendido associado à marca “Corona”, de alto renome no mercado brasileiro, o que influenciaria o valor final de venda, enquanto os produtos chineses não teriam referência a marcas ou custos de marketing. Nesse caso, o valor normal deveria ser reduzido em 40%.

As empresas Wal-Mart Brasil Ltda., Bompreço Bahia Supermercados Ltda., Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda. e WMS Supermercados do Brasil Ltda., em manifestações protocoladas em 23 de agosto de 2013 e em 17 de dezembro de 2013, argumentaram que a escolha da Colômbia como terceiro país para apuração do valor normal do produto objeto da investigação foi inadequada, visto que não teriam sido cumpridos os principais critérios para tal consideração. Requereram, portanto, a revisão do critério adotado.

Em 27 de agosto de 2013, a Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) protocolou documento em que se manifestou a respeito da definição do produto objeto da investigação e de sua relação com o valor normal e do preço de exportação para o cálculo do direito antidumping.

Inicialmente, a CCIA alegou que o produto sujeito a aplicação do direito antidumping é composto pela mais variada seara, cuja definição “louça” não atribui separação alguma entre produtos como conjuntos de mesa, pratos, xícaras, canecas, etc, seja por sua qualidade, função, disposição ou forma de venda. Segundo a Associação, o valor normal foi obtido a partir das informações relativas à totalidade das vendas de objetos de louça para mesa da empresa colombiana Loceria, cujos dados disponibilizados na versão reservada dos autos não fornecem a relação entre o volume vendido e a proporção vendida de cada categoria de produto. Para a manifestante, o Parecer de Determinação Preliminar não determinou claramente de que forma foi realizada a divisão de produtos para fins de cálculo do valor normal.

A seguir, a CCIA apresentou o entendimento de que o critério utilizado ao tratar todos os produtos como iguais (objetos de louça) resultaria na aplicação de um direito que leva em conta apenas o peso de cada produto importado, o que criaria distorções na comparabilidade entre o real valor normal de cada produto e o seu preço de exportação. O valor normal é principalmente definido como o preço pelo qual o produto similar ao produto em questão é vendido no mercado doméstico do país exportador, conforme citado o artigo 2.2 do Acordo Antidumping.

A CCIA citou ainda os artigos 2º, 5º e 6º do Decreto Antidumping, que definem o termo “produto similar” e estabelecem critérios que devem ser cumpridos a fim de qualificar as vendas domésticas no mercado de comparação. A CCIA concluiu que a autoridade define um produto investigado que pode ser ou não igual à definição de produto similar. Nesse sentido, o produto investigado poderia incluir diversos produtos distintos e neste caso, os produtos similares serão tantos quantos forem necessários para tornar justa a comparação entre os produtos que estão sendo identificados na investigação.

Para a CCIA, portanto, não se estaria cumprindo a regra de comparação entre o produto vendido alegadamente a preço de dumping e o produto similar se simplesmente comparar o preço médio de exportação de uma série de produtos distintos entre si, vendidos alegadamente a preço de dumping, com o valor normal médio da mesma série de produtos similares, também distintos entre si.

A CCIA reafirmou ainda sua crítica em relação à segmentação do produto investigado adotada por meio dos CODIPs, que dão origem a apenas oito tipos de produtos distintos. Para a manifestante, a segmentação é fundamental para o cálculo do real valor normal de cada categoria do produto investigado. Segundo a Associação, a identificação na abertura da investigação, de 48 subtipos de objetos de louça seria uma evidência de que a segmentação utilizada para a aplicação do direito provisório é generalista por congrega diversos produtos totalmente distintos entre si. Com o intuito de fundamentar sua argumentação, a CCIA utilizou um trecho do Parecer DECOM



nº 21/2013, o qual define que para que um produto seja considerado similar, é necessário que ele tenha as mesmas características físicas, matérias-primas, processo produtivo e finalidade, além de serem perfeitamente substituíveis.

Em resumo, a Associação afirma que haveria diversos fatores que diferenciam todos os produtos abarcados na presente investigação, não sendo coerente e razoável inserir todos os subprodutos em uma única cesta e determinar os valores unicamente pelo peso atribuído a eles. Para ilustrar sua afirmação, a CCIA afirma que não seria possível assumir que uma assadeira para uso em restaurantes e uma xícara de café de alta qualidade teriam seus preços comparáveis na proporção de seus pesos. Haveria, portanto, de se levar em consideração outros fatores. Para a Associação, a ausência de definição de “produto em questão” ou “produto sob investigação” no Acordo e no Decreto Antidumping não significa que a autoridade investigadora esteja totalmente livre para criar uma definição que desvirtue a justa comparação.

Para a CCIA, ao calcular um valor normal médio considerando vários subprodutos totalmente diferentes, encontraria-se um montante que pode apresentar grandes distorções. A Associação propõe que o formato de comparação e cálculo do valor normal seja feito por famílias de produtos. A manifestante cita caso em que o Órgão de Solução de Controvérsias decidiu pela possibilidade de determinação de margens múltiplas, divididas por família de produtos similares. A proposta da manifestante é a seguinte: (a) Conjuntos de mesa: (i) para almoço; (ii) para jantar; (iii) para café; (b) Pratos; (c) Xícaras (incluindo-se canecas); (d) Travessas (o que inclui pires, vasilhas, assadeiras, formas, travessas, saladeiras e terrinas).

Nesse sentido, a CCIA solicita que se atribua a cada subtipo de produto um valor normal e um preço de exportação correspondente.

A CCIA citou ainda o artigo 9º do Decreto Antidumping, que estabelece que a autoridade investigadora deve fazer comparação justa entre o valor normal e o preço de exportação. Assim, caso os subprodutos vendidos pela indústria colombiana sejam em sua maioria correspondentes àqueles de maior valor agregado, em detrimento de um menor volume de produtos de menor valor agregado em CODIPs específicos, o valor normal resultante seria artificialmente inflado, vez que a amostra seria representativa de apenas alguns produtos específicos. No entendimento da manifestante, para que haja a justa comparação, seria fundamental a definição do valor normal levando em consideração uma família de produtos em proporção igualitária, de forma quantitativa e qualitativa, às famílias de produtos exportados pela China.

Por fim, a CCIA solicita que seja observada a definição de produto similar utilizada no Parecer DECOM nº 21/2013 para segregar o produto investigado em distintas famílias e que se realize comparação justa entre o valor normal e o preço de exportação por meio da identificação e aplicação das proporções de cada família de produto.

Em 12 de setembro de 2013, a Associação Industrial de Cerâmica da China (CCIA) protocolou nova manifestação em que alegou que a diversidade de produtos incluídos nos CODIPs e suas diferentes características afetariam a comparabilidade entre os valores normais e os preços de exportação.

A CCIA mencionou o fato de que o produto objeto da investigação se refere a objetos de louça para mesa, independentemente de sua porosidade. Dessa forma, o produto sujeito atualmente à aplicação do direito antidumping provisório incluiria diversos produtos, tais como conjuntos de mesa para jantar ou chá e canecas, independentemente de suas funções, qualidade e forma de venda.

Nesse contexto, a Associação afirmou que os CODIPs criados e utilizados não levariam em consideração características fundamentais do produto e criariam distorções na comparabilidade entre o valor normal e o preço de exportação. A CCIA mencionou o Parágrafo 23 do parecer de abertura da investigação (Parecer DECOM nº 26), segundo o qual haveria quarenta e oito subtipos de objetos de louça, e destacou o fato de ter-se criado apenas 8 CODIPs, os quais incluiriam produtos com características diferentes entre si.

A Associação apresentou então comparação exemplificativa entre uma xícara de chá e uma vasilha, com base nos critérios elaborados para definição de produto similar, constantes do Parecer DECOM nº 21 de 2013. Os critérios seriam: características físicas, matérias-primas, processo produtivo, finalidade e fato de serem substituíveis entre si. De acordo com a CCIA, a comparação entre os dois produtos teria demonstrado que somente os critérios relacionados ao processo produtivo e às matérias-primas seriam cumpridos.

Além disso, segundo a CCIA haveria ainda diversos outros fatores que diferenciariam todos os produtos abarcados no mesmo CODIP, tais como: diferentes funções; diferentes destinações finais de cada subproduto; variação na oferta e na demanda de cada subproduto no mercado brasileiro; diferentes mercados consumidores.

A Associação afirmou que não haveria relação alguma entre os preços praticados para os diferentes subtipos de produtos e seus pesos, o que poderia ser comprovado pelos preços encontrados na loja virtual da empresa Oxford Porcelanas. Ao contrário, haveria variação de preço, conforme variáveis como a qualidade do produto, sua destinação e sua disponibilidade. Portanto, a comparação dos produtos sob aspectos de peso e material não seria suficiente.

Nesse sentido, o valor normal calculado com base em CODIP, que inclui diferentes subprodutos, apresentaria grandes distorções e não proporcionaria uma comparação razoável entre os preços. Dessa forma, segundo a CCIA, seria necessário segregar o produto investigado “objetos de louça” em diferentes produtos, tais como, xícaras, aparelhos de jantar, vasilhas, dentre outros, a fim de tornar possível uma comparação coerente entre os diferentes produtos similares. A Associação sugeriu então um formato de comparação, com base nas seguintes famílias de produtos: conjuntos de mesa (para almoço; para jantar; para café; para chá); pratos; xícaras (incluindo canecas) e travessas (pires, vasilhas, assadeiras, formas, travessas, saladeiras e terrinas).

A CCIA ressaltou a necessidade de que a comparação fosse feita com base na proporção dos produtos exportados pela China. Seria necessário, portanto, que as informações fossem segregadas por família do produto vendido pela indústria colombiana, a fim de verificar se estas correspondem proporcionalmente à família de produtos importados pelo Brasil, para então segregar os produtos similares entre si.

A Associação solicitou, portanto, a alteração do CODIP, com base nas famílias de produto por ela sugeridas e, a partir dos novos CODIPs, a CCIA solicitou ainda que fosse considerada a proporção de cada tipo de produto exportado por cada exportador selecionado.

Por sua vez, a empresa Brinox Metalúrgica S.A., em 12 de setembro e 06 de dezembro de 2013, alegou que a escolha da Colômbia como terceiro país para cálculo do valor normal foi equivocada. De acordo com a empresa, os preços praticados por esse país estão



agregados de valores subjetivos em razão da marca, fato que distorce e impede uma comparação razoável com os preços chineses. Ademais, foi observada a existência de um monopólio no mercado colombiano, que afeta ainda mais a comparação justa de preços.

Em 13 de setembro de 2013, a Wal-Mart declarou que haveria indícios de que os produtos colombianos comercializados naquele país também seriam de marca amplamente conhecida pelos consumidores colombianos, *“sujeitos, portanto, à cobrança de preços superiores”*. E continuou dizendo que *“Ademais, a empresa Locería Colombiana é o único fabricante localizado naquele país e, destarte, é razoável supor que pratique preços de monopólio”*.

A HCL Ltda., em 13 de setembro de 2013, igualmente manifestou-se sobre a escolha da Colômbia como terceiro país para cálculo do valor normal. De acordo com a empresa, a Vajillas Corona seria uma produtora de cerâmica, enquanto que o produto comercializado pela HCL é apenas de porcelana.

Em 16 de setembro de 2013 a empresa chinesa Guangxi Chengdahang Imp.& Exp. Co. Ltd. manifestou-se contrária à escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado, uma vez que o produto colombiano, especialmente o fabricado pela Loceria Colombiana S.A., apresentaria fundamentais diferenças relativamente ao produto feito na China.

Segundo a Guangxi, dentre as inúmeras diferenças, poder-se-iam destacar o uso de diferentes matérias-primas, equipamentos industriais, tecnologias produtivas, diferenças de grau de brancura, tipos decorativos e peso unitário e efeito de marca sobre o valor final do produto, que de acordo com a exportadora seria exacerbado pelo uso dos produtos de marca Corona como referência.

A exportadora aduziu que caso se continue adotando o país como referência para cálculo do valor normal, que se procedam a ajustes a fim de permitir comparação justa entre o valor da venda do produto colombiano e o do produto chinês a fim de corrigir as distorções causadas pelas diferenças nas características dos produtos.

Com relação à matéria-prima, enquanto os chineses comumente utilizariam um amálgama de caulim, feldspato e quartzo, os produtos colombianos seria composto de pedra-sabão, o qual teria alto valor de venda e seria usado para a fabricação de louças com maior valor agregado. Por isso, de acordo com a Guangxi, a brancura da louça colombiana seria maior do que a dos produtos chineses, exigindo uma redução do valor normal encontrado para refletir estas diferenças de qualidade na matéria-prima.

Quanto ao custo de bens de capital, o equipamento usado pela indústria chinesa na produção de cerâmica seria usualmente adquirido no mercado interno. Por outro lado, uma vez que na Colômbia não haveria produção de bens de capital voltados para a indústria de louça, os equipamentos seriam adquiridos no mercado externo. Isto levaria ao aumento dos custos de amortização e depreciação dos produtores colombianos, que os repassariam aos consumidores.

A tecnologia produtiva utilizada pelos chineses é a de moldagem por rolos, que garantia alta produtividade e baixo custo de produção. Já a tecnologia utilizada pelos colombianos seria, em regra, o enchimento de moldes, técnica com baixa produtividade e alto custo de produção. No entanto, este procedimento aumentaria o nível de brancura do produto gerando maior valor agregado.

Já no que se refere às diferenças físicas, a exportadora aduziu que o grau de brancura da louça - parâmetro de qualidade e valor agregado que impactaria em uma diferença de cerca de 20% de custo de produção e preço de venda - seria superior a 70% nos produtos colombianos, enquanto que o dos produtos chineses giraria em torno de 65%. Quanto aos materiais decorativos, a maioria dos produtos chineses exportados ao Brasil seria porcelana “branca”, ou seja, sem detalhes decorativos. Já a maior parte dos produtos vendidos pelos fabricantes colombianos seriam decorados, o que acarretaria em diferença de custo de cerca de 20%. Além disso, mesmo quando se comparam peças decoradas chinesas e colombianas, haveria diferença de qualidade, uma vez que os produtores colombianos usariam detalhes em ouro e prata, o que, mais uma vez, agregaria cerca de 20% ao valor final do produto.

A Guangxi continuou a análise das diferenças físicas abordando a diferença de especificações entre o produto chinês e o colombiano. Enquanto grande parte do produto chinês corresponderia às grades C e D, o produto colombiano predominante seria de grade A, o que, segundo a empresa deveria levar ao desconto de 30% no preço para determinação do valor normal.

Por conta das diferenças de qualidade citadas anteriormente pela Guangxi, em geral, os produtos chineses seriam menores que os colombianos e cerca de 20% mais leves. Essa diferença de peso alteraria o preço final do produto, sendo o colombiano cerca de 20% mais caro.

Finalmente, com relação à marca, a empresa chamou atenção para o alto renome da Corona no mercado brasileiro, o que influenciaria o valor final da venda. Os produtos chineses, por outro lado, seriam vendidos ao Brasil sem referência a marca ou custos de marketing. A marca faria com que o bem tivesse seu preço elevado em 40%.

Por fim, a Guangxi Chengdahang argumentou que, caso se viesse a considerar o uso das faturas de venda da Corona apresentadas pela petionária para fins de abertura da investigação como melhor informação disponível, que fossem feitos ajustes no que se refere a matéria-prima utilizada, custos de bens de capital, tecnologia produtiva, grau de brancura, material decorativo, grade peso unitário e marca a fim de permitir uma comparação de preços razoável.

A CBD pediu, em 16 de setembro de 2013, que se faça uma comparação justa entre o valor normal e o preço de exportação, de modo que não haja distorções que inflem a margem de dumping. Assim, ela solicitou que fossem adotados países de economia de mercado cujos preços refletissem melhor a prática usual no comércio internacional. Ela lembrou sua sugestão feita em manifestação de 26 de julho de 2013, que indicou as exportações da Indonésia para a França.

Em 17 de setembro e em 12 de dezembro de 2013, a Distribuidora Quadrifoglio Comércio Importação e Exportação se manifestou com relação ao tratamento da China como economia não de mercado. Mencionou declaração da Associação Industrial de Cerâmica da China, de que o preço dos produtos objeto da investigação seria formado de acordo com as regras de mercado, sem nenhuma interferência do governo daquele país, e que portanto a China deveria ter sido considerada como economia de mercado. Por sua vez, preferiu-se acatar o alegado pelas duas empresas nacionais de que se deveria adotar um terceiro país como parâmetro e optou-se pela Colômbia, que não estaria entre os maiores exportadores do produto e possuiria uma empresa que deteria mais de 90% do mercado daquele país.

A importadora declarou que haveria flagrante disparidade entre as realidades de China e Colômbia, sendo flagrante, segundo ela, que este país não poderia ser utilizado com o terceiro país para a presente investigação, principalmente utilizando apenas 10 faturas



emitidas por mês durante o período de um ano por uma única empresa que deteria mais de 90% de seu mercado.

A empresa Cromus Embalagens Indústria e Comércio Ltda., em 17 de setembro de 2013, protocolou manifestação acerca da escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado para cálculo do valor normal, afirmando que esta não seria adequada pois não seria uma país análogo para fins de comparação. Além disso, estar-se-ia considerando o preço praticado por uma única empresa (Locería Colombiana). De acordo com a Cromus, o preço praticado pela Locería Colombiana seria composto por valor agregado correspondente à marca Corona. Além da marca, a própria porcelana fabricada pela empresa colombiana possuiria qualidade superior quando comparada à chinesa, possuindo inclusive peso e características diferenciadas, fatores que inviabilizariam uma comparação peso/preço entre os produtos.

Destacou os investimentos da Corona em marketing e outras estratégias de negócios, que poderiam ser verificados por meio de leitura do informe aos acionistas disponibilizada em seu site, e disse que esse tipo de investimento não seria feito no mercado chinês, uma vez que este não venderia por qualidade e sim por quantidade. Afirmou ainda que o mesmo informe faria menção sobre o presente caso, o que comprovaria a inexistência de uma isenção de interesses e por consequência um impedimento lógico para que seja essa empresa utilizada como parâmetro para a taxaço.

Também não se poderia desconsiderar que no caso em questão o leque de produtos importados da China seria imenso enquanto que a Locería Colombiana não produziria essa gama de variedade, impossibilitando uma comparação. Também se saberia que o preço/peso dos produtos chineses seriam diferentes do preço/peso dos produtos feitos pela Locería Colombiana.

A Cromus aduziu que a porcelana produzida pela Locería Colombiana possuiria composição similar à produzida pela indústria doméstica mas diferente da produzida pela indústria chinesa, a qual leva metais pesados em sua composição. Destacou também diferenças na brancura das peças, custo de mão-de-obra e maquinário utilizado, que seria nacional no caso da China e importado no caso da Colômbia, gerando mais custos.

A empresa então sugeriu como alternativas ao terceiro país de economia de mercado Tailândia, Indonésia, Paraguai, Polônia. Segundo ela, a indústria doméstica, ao indicar a Colômbia como terceiro país, teria a intenção de fechar os portos brasileiros à importação de cerâmica e não se poderia dar guarida a essa petição.

Em 18 de novembro de 2013, a Companhia Brasileira de Distribuição (CBD) apresentou sua manifestação final, em que alegou haver distorções na comparação entre o valor normal e o preço de exportação realizada, que teria levado à aplicação de direito provisório excessivo que, ao invés de corrigir os efeitos de práticas desleais, estaria inviabilizando a importação de produtos da origem investigada.

Nesse contexto, a CBD alegou ser necessária a realização de ajustes no valor normal apurado, de forma que as diferenças entre os produtos importados da China e aqueles comercializados na Colômbia sejam levadas em conta quando do cálculo da margem de dumping.

Inicialmente, a empresa sugeriu que a concentração da produção colombiana, uma vez que a Locería Colombiana S.A. seria responsável por 90% da produção nacional daquele país, permitiria a prática de preços mais elevados, enquanto a existência de uma infinidade de fornecedores na China levaria a prática de preços mais baixos. Nesse sentido, sugeriu que fosse realizado ajuste no valor normal de forma a refletir a mencionada diferença entre os mercados. Para embasar seu argumento, a CBD citou a existência, nos autos do processo, de diversas manifestações contrárias à escolha da Colômbia como terceiro país e de diversas alternativas apresentadas para apuração do valor normal chinês. A esse respeito, a CBD solicitou que:

“Ainda que o DECOM não tenha considerado os dados da CBD e do Grupo Casino suficientes para oferecer uma alternativa de valor normal, deve considerá-los como um elemento de prova na definição do valor normal e dos ajustes que são necessários para garantir uma comparação justa com o preço de exportação.”

Ainda em relação ao ajustes, segundo a CBD, necessários para realização de uma comparação justa entre o valor normal e preço de exportação, a empresa citou como referência a investigação antidumping sobre as exportações de objetos de ouças da China para União Europeia, conduzida pela autoridade investigadora daquele bloco e transcreveu parte de sua decisão:

“Para assegurar uma comparação equitativa entre o valor normal e o preço de exportação, procedeu-se aos devidos ajustamentos para ter em conta as diferenças que afetam os preços e a sua comparabilidade, em conformidade com o artigo 2º, nº10, do Regulamento Base. Procedeu-se a ajustamentos, sempre que adequado, para ter em conta diferenças em termos de características físicas, estado de comercialização e outros fatores que afetam a comparabilidade dos preços, nomeadamente a imagem de marca.”

Segundo a CBD, na investigação europeia, assim como ocorre na investigação brasileira, diversas partes interessadas contestaram as distorções decorrentes de uma comparação simples entre as louças chinesas importadas pelos países europeus e os produtos fabricados no Brasil, país utilizado com terceiro país para fins daquela investigação. Nesse sentido, teriam sido realizados diversos ajustes no valor normal adotado para fins de apuração da margem de dumping da China, na investigação europeia, entre os quais a CBD citou aqueles para neutralizar os efeitos de diferenças nas características físicas dos produtos, na variedade de combinações (dos produtos vendidos em jogos), na qualidade, nos canais de distribuição e na marca. A CBD alegou, então, que, no caso brasileiro, as justificativas para a realização de ajustes seriam igualmente aplicáveis.

No caso dos ajustes relacionados à qualidade dos produtos, a CBD aduziu que a autoridade investigadora europeia teria levado em conta o fato de os produtos chineses serem classificados em diferentes categorias, enquanto no mercado do terceiro país, no caso o Brasil, os produtos comercializados seriam apenas aqueles à classe A, de preços mais altos. No caso sob análise, segundo a CBD, os produtos importados da China pelo Brasil possuiriam diferente níveis de qualidade, não podendo, portanto, ser comparados aos produtos da Locería Colombiana S.A.

No que diz respeito aos ajustes relacionados às diferentes variedades de combinações, no que se refere aos produtos apresentados em conjuntos, a CBD argumentou que a União Europeia teria tratado do tema da seguinte forma:



“Tendo em conta a grande variedade de combinações possíveis de conjuntos de artigos para serviço de mesa, de cerâmica, produzidos e vendidos na RPC e no Brasil, respectivamente, considerou-se necessário, para garantir uma comparabilidade de preços equitativa, agrupar diferentes conjuntos com base no número e no tipo de artigos combinados num conjunto. O preço de venda médio no mercado interno no país análogo para as várias combinações de conjuntos assim agrupados foi comparado com o preço de exportação para as combinações de conjuntos abrangidas por esses grupos.”

De acordo com os argumentos apresentados pela CBD, essa segmentação teria sido realizada com o objetivo de permitir a comparação em produtos com a maior similaridade possível, o que deveria ser efetuado, da mesma forma, no caso brasileiro.

Em relação aos ajustes relacionados às marcas dos produtos, a autoridade investigadora europeia teria concluído que os fabricantes brasileiros produziam e comercializavam apenas produtos com marca, enquanto os fabricantes chineses exportavam para a Europa produtos genéricos, o que replica o argumento apresentado pela CBD em manifestação anterior no que diz respeito ao caso sob análise. Nesse sentido, a autoridade investigadora europeia teria decidido que os consumidores brasileiros são extremamente sensíveis a **brand recognition**, ou seja, os produtos de marca seriam percebidos e preferidos pelos consumidores finais brasileiros, seja por sua garantia de qualidade ou design diferenciado, o que justificaria, na percepção do consumidor, a prática de preços mais elevados. Já os produtos genéricos, apesar de possuírem na maioria dos casos as mesmas características físicas e técnicas dos produtos de marca, seriam vendidos no mercado doméstico brasileiro por um preço consideravelmente mais baixo. Em decorrência dessa constatação, segundo a CBD, foi realizado pelas autoridades europeias um ajuste de 40% para baixo no valor normal. Nesse sentido, segundo alegado pela CBD, não haveria nenhuma justificativa para que o mesmo não seja efetuado na presente investigação.

De acordo com as alegações da CBD, o mesmo raciocínio se aplicaria à Colômbia. A Locería Colombiana, de acordo com a CBD, seria uma empresa centenária, que responderia pela quase totalidade da produção daquele país. Dessa forma, possuiria uma marca reconhecida e respeitada, o que lhe permitiria praticar preços mais elevados.

Assim, a CBD concluiu que a mera comparação dos produtos por código de produto (CODIP) como realizada não seria suficiente para propiciar uma comparação justa entre os preços praticados nas exportações da China e aqueles observados no mercado interno colombiano. Nesse sentido, concluiu que:

“São indiscutíveis as diferenças existentes entre o produto colombiano e o chinês, como o DECOM deve ter tido a oportunidade de constatar nas verificações in loco nos exportadores e na Locería Colombiana S.A. Essas diferenças impõem o refinamento e aprimoramento da comparação entre valor normal e preço de exportação, que certamente conduzirá à redução das margens de dumping calculadas preliminarmente e dos valores de eventual direito definitivo; que, repita-se, deve servir tão somente para neutralizar o suposto dano e não inviabilizar as importações da origem investigadas, como ocorre atualmente.

Assim, se mantida a referência de valor normal utilizada até o momento, os critérios de comparação justa devem ser revisitados com a devida atenção, de forma a eliminar as distorções decorrentes da comparação de preços de produtos que não são comparáveis.”

Em sua manifestação protocolada em 18 de novembro de 2013, a empresa Guangxi Chengdahang Imp & Exp. Co. Ltd., doravante denominada simplesmente Chengdahang, ressaltou sua insatisfação com a escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado. Os argumentos apresentados pelas petionárias, em relação à suposta similaridade entre o produto colombiano e o chinês, pautada no desenvolvimento similar da indústria de cerâmica de louça, e o suposto fato de que as características do produto são as mesmas, não seriam condizentes com a realidade. Segundo a Chengdahang, o produto fabricado pela Locería Colombiana S.A. “apresenta fundamentais diferenças relativamente ao produto produzido na China”. Nesse sentido, tais diferenças deveriam impedir a escolha da Colômbia como base de cálculo de valor normal.

Ainda que fosse mantida a escolha pela Colômbia, considerando-a como a melhor informação disponível, alguns ajustes deveriam ser promovidos a fim de permitir a justa comparação entre os valores de venda do produto colombiano e do produto chinês.

A fim de fundamentar suas argumentações, a Chengdahang detalhou as eventuais diferenças de produção entre os dois países que comprovariam a inadequação da escolha da Colômbia. Primeiramente, foi alegado que as matérias primas utilizadas na produção de objetos de louça nos dois países eram diferentes. Conforme a manifestante, os produtores chineses optam preferencialmente pela utilização de amálgama de caulim, feldspato e quartzo, **commodities** de baixo custo no mercado internacional. Já a matéria prima utilizada pelos produtores colombianos é a pedra-sabão, produto com alto valor de venda e utilizado para fabricação de louças de maior valor agregado.

Quanto ao custo de bens de capitais, foi alentado que o equipamento utilizado pela indústria chinesa na produção de cerâmica de louça é usualmente adquirido no mercado interno, enquanto que os produtores colombianos necessitam importar esses equipamentos - devido à ausência de produção de bens de capital especializada no respectivo segmento. Logo, os custos de amortização e depreciação despendidos na Colômbia são mais elevados, o que enseja uma redução do valor normal encontrado a fim de refletir os menores custos de produção das empresas chinesas.

A Chengdahang pontuou também sobre a diferença tecnológica empregada pelos fabricantes. No caso dos chineses, a tecnologia utilizada é a de moldagem por rolos, que resulta em alta produtividade e baixo custo de produção. Já a tecnologia utilizada pelos colombianos é, em regra, o enchimento de moldes, tecnologia complexa, de baixa produtividade e alto custo de produção. A técnica chinesa produz porcelanas comuns de alta brancura, enquanto que a técnica colombiana é empregada para produzir porcelana de ultra alta brancura, produto premium de maior valor agregado.

Em relação às diferenças físicas, a manifestante alega que há discrepâncias aparentes entre os produtos finais obtidos em ambos os mercados. Conforme a Chengdahang, o grau de brancura dos objetos de louça chineses gira em torno de 65%, enquanto que a brancura dos produtos colombianos é superior a 70%. Uma vez que o grau de brancura serve como parâmetro para atestar qualidade e valor agregado, estima-se uma diferença de 20% no custo de produção entre estas classes de produtos. Logo, os preços de venda dos produtos colombianos devem sofrer desconto de 20% para fins de determinação de valor normal, permitindo comparação razoável.



Ademais, foi aludida pela Chengdahang a diferenciação na decoração dos objetos produzidos. Os produtos colombianos, normalmente, são acrescidos de material decorativo, ao passo que os produtos chineses, em sua maioria, seriam constituídos de porcelana branca (sem detalhes decorativos). Mesmo nos objetos de louça chineses acrescidos de detalhes decorativos, os materiais empregados na decoração são simples, como papéis decorativos comuns. Já os colombianos costumam utilizar, no processo decorativo, detalhes em prata e ouro. Essa diferença, segundo a manifestante, costuma agregar em torno de 20% no valor final do produto, e deveria ter sido utilizada para cálculo do valor normal.

Outra diferença ressaltada pela Chengdahang refere-se às grades do produto. Enquanto que a maior parte dos produtos exportados pelos chineses corresponde às grades C e D, a maior parte dos produtos vendidos pelos colombianos correspondem à grade A dos produtos chineses. Normalmente, a diferença entre as grades A e C gira em torno de 30% e deveria ter sido refletida para fins de determinação do valor normal.

Quanto ao peso unitário, os produtos de origem colombiana, em geral, são 20% mais leves que os produtos chineses, graças à qualidade superior do produto colombiano. Assim, mesmo que os valores de venda por peça de ambos os países fosse idêntico, o valor de venda por quilo do produto colombiano seria 20% superior ao chinês. Logo, para neutralizar essa diferença de peso, seria necessário haver uma redução de 20% do valor do produto colombiano.

Por fim, a Chengdahang discorreu sobre o acréscimo de valor conferido aos produtos vendidos sob uma marca de renome. Segundo a empresa, objetos de louça gravados com a marca Corona (produzidos pela Locería Colombiana S.A.) obtêm um valor final de venda 40% superior em relação aos produtos vendidos sem marca. Porquanto os objetos de louça chineses são vendidos no Brasil sem referência à marca ou sem custos de marketing, seria preciso adequar os preços médios de venda com o objetivo de neutralizar as discrepâncias ocasionadas pelo uso de marcas.

A Rede Wal-Mart, em 18 de novembro de 2013, questionou o valor normal:

“Desde logo causa estranheza o fato de uma diversidade tão grande de tipos de produtos ter ensejado a determinação de um valor normal único a todos eles. A unificação, certamente à míngua de qualquer outra forma comparativa mais lógica, procedeu-se pelo por kilo !!!! O absurdo, data venia, é patente, uma vez que a unidade de peso é o único fator que possibilita a identificação dos produtos objeto da investigação, tão distintos entre si, como similares.”

A empresa julgou também absurda a escolha da Colômbia como terceiro país, por considerar “abissal” as disparidades entre este país e a China, por exemplo, diferenças do processo produtivo e dos fatores de produção, níveis de desenvolvimento econômico e a indisponibilidade das principais matérias-primas para a fabricação do produto em questão. Utilizando a mesma linha de raciocínio, a Rede Wal-Mart considerou a Índia como uma escolha mais apropriada, devido à presença de características mais similares deste país à China.

A Rede Wal-Mart também questionou a escolha da empresa Locería Colombiana S.A. para representar o país escolhido e atentou para a possibilidade de as informações prestadas por ela não serem totalmente isentas de interesse próprio. Considerou também pouco representativa a quantidade de dez notas fiscais apresentadas por período de análise pela produtora colombiana, além de lembrar que, em sua resposta ao questionário, a Locería limitou-se a apresentar o valor do faturamento líquido total da empresa, por código do produto, e a quantidade comercializada, em quilogramas, referentes às vendas de objetos de louça. A Rede Wal-Mart completou:

“Há de se notar, neste ponto, que apesar da enorme variedade de louças, reconhecida pela própria petionária, não houve qualquer tentativa de separação por espécie para a somatória destes valores, chegando-se assim a um resultado de valor normal necessariamente impreciso.”

Ademais, a Rede Wal-Mart ressaltou que, pelo fato de a Locería Colombiana provavelmente ser detentora de grande parcela do poder de mercado na Colômbia e de uma marca com renome no país, os produtos fabricados por ela são passíveis de cobrança de preços superiores naquele mercado.

A empresa finalizou sua argumentação sobre o valor normal declarando que a escolha da Colômbia como terceiro país deve ser reconsiderada e que outro país, com características mais próximas às da China, como a Índia, deve ser escolhido.

Em 12 de dezembro de 2013, as petionárias Oxford Porcelanas S/A e Indústria e Comércio de Cerâmica Tirolesa (Studio Tacto) afirmaram saber que a produção de objetos de louça é difundida em dezenas de países e que um longo tempo poderia ser gasto na tentativa de selecionar aquele que mais se assemelha a China.

As empresas concordam que não existe um país com a indústria de objetos de louça exatamente igual à China ou ao Brasil. No entanto, elas alegaram que o relatório da verificação **in loco** realizada na Colômbia demonstra claramente que a Locería Colombiana produz um amplo portfólio de produtos, que abrange todo o universo do produto objeto da investigação.

A Oxford e a Studio Tacto declararam:

“Somos obrigados a concordar com algumas das argumentações apresentadas pelos importadores e produtores-exportadores que não existe país comparável à China em termos de produção de objetos de louça para mesa. Realmente não existe NENHUM outro país que exporta objetos de louça a preços ‘dumpeados’, que não respeita normas internacionais de saúde (referimo-nos ao uso de chumbo e cádmio, conforme atestado pelo Walmart), que não respeita qualquer norma de proteção à saúde e segurança no trabalho do trabalhador, que não respeita normas de proteção ambiental, que tem um câmbio artificialmente manipulado, pratica abertamente o ‘rebate’ (sic!) (citado pelo produtor-exportador ---- no relatório de Verificação in Loco na Shenzhen Yuking Trading Co.) somente para citar algumas das anomalias que permitem os produtores da República Popular da China, exportar seus produtos a preços irrealis.”

As petionárias reproduziram, então, parte do parágrafo 1º do art. 7º do Decreto nº 1.602/95, que estabelece que “(...) a escolha do terceiro país de economia de mercado adequado levará em conta quaisquer informações fiáveis apresentadas no momento da seleção (...)” e, também, o seguinte trecho da RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013



(<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>): "(...) o Regulamento Brasileiro não estabelece os parâmetros que devem ser utilizados na escolha de terceiro país de economia de mercado".

Em 13 de dezembro de 2013 a ABCON aduziu que, apesar de não existirem regras específicas e bem definidas pela OMC quanto à metodologia alternativa de cálculo de valor normal em se tratando de país de economia não de mercado como a China, entende que a escolha do terceiro país deve levar em consideração a obrigação de se realizar uma comparação justa do valor normal e do preço de exportação. A partir dessa obrigação subentende-se que o terceiro país deve ser comparável ao país investigado e seus exportadores, o que não se observa no presente caso.

Reconhece a empresa que, devido ao estágio avançado da investigação, não seria possível descaracterizar a Colômbia como terceiro país de economia de mercado, contudo, a ABCON adverte que ajustes no valor normal e no preço de exportação devem ser efetuados de forma a se evitar distorções e abusos na aplicação de eventual medida antidumping.

A ABCON aduz que a empresa colombiana escolhida como referência para cálculo do valor normal da China, Locería Colombiana, é a única produtora de cerâmicas naquele país. Ademais, ressalta-se que a Colômbia aplica medida antidumping contra as importações de cerâmica da China desde 2004. Diante disso a ABCON acredita que deva ser aplicado ajuste nos preços a serem comparados levando em consideração o monopólio em que a empresa colombiana selecionada atua (valor normal) e à forte concorrência em que as empresas chinesas operam (preço de exportação).

Conforme a ABCON, a empresa Locería Colombiana possui alto reconhecimento no mercado colombiano de objetos de louça e presença dominante nesse mercado há anos. Assim, a marca dessa empresa agrega valor ao produto. De outra sorte, a cerâmica importada da China trabalha, sobretudo, com produto genérico e não tem na marca diferencial algum. A título exemplificativo, a UE aplicou medida antidumping contra as cerâmicas da China e determinou um ajuste de 40% devido ao reconhecimento da marca no terceiro país utilizado – Brasil - para o valor normal. Dessa forma, solicita a ABCON o emprego de ajuste semelhante no valor normal obtido no mercado colombiano.

A ABCON aduz que a Locería Colombiana fabrica produtos de alta qualidade, tanto pela reputação da marca, como pelas características técnicas inerentes a um produto de qualidade, o que contribui para a elevação dos preços oferecidos ao mercado. Segundo a importadora a Autoridade Investigadora deveria categorizar os produtos de acordo com a qualidade, visando uma comparação justa, assim como foi empreendido pela UE, por meio do Regulamento de Execução nº 412/2013.

Informa a ABCON que, segundo estatísticas coletadas pelo *Trademap*, a Colômbia é uma pequena produtora mundial (exportou 4.877.324 Kg, em P5) de cerâmica e a produção desse país não se compara à produção chinesa (exportou 1.747.279.900 Kg, em P5). Por conseguinte, requer a Associação que se faça um ajuste no preço de exportação devido à escala de produção da China.

Por fim, a Associação afirma que comparando as estatísticas de exportação para P5 com o valor normal auferido pela Autoridade Investigadora, poder-se-ia concluir que os exportadores de praticamente todos os países praticariam dumping, inclusive do Brasil.

Com relação à escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado, a Chengdahang, em manifestação protocolada em 16 de dezembro de 2013, ratificou que os produtos fabricados nos países em questão possuem diferenças fundamentais (já detalhados na manifestação de 18 de novembro de 2013), o que deveria impedir a utilização da empresa Locería Colombiana como base de cálculo para o valor normal. Na hipótese da Colômbia ser considerada a melhor informação disponível, a empresa solicita que sejam feitos os devidos ajustes com intuito de permitir uma justa comparação entre o valor de venda do produto colombiano e o produto chinês, "a fim de corrigir as distorções causadas pelas diferenças nas características dos produtos".

Em 16 de dezembro de 2013, a Guangxi Xin Fu Yuan Co. Ltd. protocolou sua manifestação final acerca da presente investigação.

Com relação ao valor normal apurado, a Guangxi Xin comentou que, ao longo do processo, diversas partes interessadas manifestaram-se contrariamente à escolha da Colômbia como terceiro país.

A empresa afirmou haver sido demonstrado e comprovado durante a verificação *in loco* realizada pela equipe do DECOM que a Locería Colombiana possui grande poder de mercado na Colômbia, sendo a única produtora nacional e enfrentando baixa competição interna. Isso indicaria uma oferta restrita de produtos e preços mais elevados praticados pela empresa colombiana e a Guangxi Xin questionou o fato de não ter sido analisado o nível de competitividade do mercado colombiano e a margem de lucro praticada pela referida empresa nas vendas domésticas a fim de determinar se os lucros estavam ou não inflados.

A Guangxi Xin declarou que as partes interessadas ficaram impedidas de exercitar o direito ao contraditório, uma vez que não tiveram acesso a nenhuma informação e não puderam analisar os dados da empresa colombiana, devido ao que chamou de "*pobre resposta apresentada pela empresa colombiana aos questionamentos do DECOM, na qual a empresa restringe-se a apresentar os valores e quantidades totais vendidas*".

A exportadora chinesa também destacou o fato de os produtos comercializados pela Locería Colombiana possuírem a marca Corona, marca esta de alto renome no mercado de objetos de louça, e comentou:

"É de conhecimento raso e pueril que as marcas possuem grande influência na eleição do consumidor pelo produto a ser adquirido, bem como que a manutenção da imagem relacionada à marca exige grandes investimentos."

A Guangxi Xin, então, citou e anexou à sua manifestação um estudo realizado pelo BNDES sobre o setor calçadista que trata de questões relacionadas à criação, design, marketing e outros fatores que podem fazer com que o valor dos produtos ultrapasse seu custo de produção quando as empresas buscam conferir renome às marcas desses produtos. A Guangxi Xin mencionou também o mercado de canetas, em que marcas premium possuem preços muito superiores ao seu custo de produção.

A Guangxi Xin ressaltou que os produtos chineses, contrariamente aos produtos fabricados pela Locería Colombiana, não são comercializados com a imposição de uma marca ou bandeira e que, assim sendo, a comparação entre esses dois produtos torna-se injusta.

A exportadora chinesa também questionou as diferenças existentes entre os processos produtivos e as matérias-primas utilizadas pelas empresas colombianas e chinesas. Ela reiterou a impossibilidade de apresentar argumentos quanto às diferenças mencionadas pelas



demais partes interessadas e novamente alegou ter seu direito de defesa restringido, já que o questionário respondido pela Locería Colombiana não apresentou informações relevantes além dos valores e quantidades vendidas.

Diante disso, a Guangxi Xin declarou:

“A Exportadora não possui ciência das eventuais diferenças encontradas por este R. Departamento, razão pela qual expressa seu descontentamento e requer sejam apresentadas todas as justificativas que fundamentaram este R. Departamento a não realizar qualquer ajuste em razão da distinta produção e rota tecnológica.”

A Guangxi Xin frisou, ainda, o fato de algumas peças “especiais” fabricadas pela empresa colombiana (por exemplo, leiteiras e chocolateiras) não poderem ser comparadas com as peças chinesas devido ao seu processo produtivo mais complexo e mais caro.

A exportadora comentou também sobre a diferença existente entre a qualidade dos produtos chineses e a qualidade dos produtos colombianos. Segundo ela, a comparação de produtos destinados a diferentes mercados consumidores vicia o resultado. A empresa colombiana comercializaria produtos de excelente qualidade, além de outros de menor padrão exportados a mercados com menor aceitação da linha premium, enquanto os produtos chineses possuiriam qualidade inferior, destinados às linhas C e D de consumo.

Além disso, a Guangxi Xin ressaltou que consta do relatório de verificação **in loco** realizada na fabricante colombiana que a linha Hogar (doméstica) possui 4 patamares voltados aos diferentes segmentos de mercado, do mais popular ao mais sofisticado. Para a exportadora, isso indica que se *“tem ciência de que os produtos comercializados pela empresa colombiana possuem preços distintos em razão do mercado para o qual foram comercializados, razão pela qual a comparação indiscriminada destes produtos com os objetos chineses voltados aos segmentos mais populares viola a justa comparação e prejudica a exportadora chinesa”*.

A empresa chinesa também alegou que ficou impossibilitada de tecer comentários com relação a informações referentes às vendas realizadas pela Locería Colombiana a suas partes relacionadas no mercado doméstico, visto que os dados de valores praticados às partes relacionadas e não relacionadas não foram disponibilizados.

A Guangxi Xin afirmou ainda que a utilização do valor normal apurado para vendas colombianas ao mercado doméstico inclui a comercialização **intercompany**, que pode ser artificialmente modificada, dependendo da intenção da matriz.

Por esse motivo, a exportadora chinesa requereu que fosse enviado um ofício à fabricante colombiana a fim de, segundo ela, “garantir que seja levantada a confidencialidade de tal informação, sob pena de inutilização dos dados por lesão ao contraditório, sendo disponibilizadas tais informações quando da elaboração do Parecer Final, bem como que este R. Departamento analise e informe a razão pela qual optou pela utilização do preço praticado entre partes relacionadas para a obtenção do valor normal”.

Ao concluir sua manifestação acerca desse tema, a Guangxi Xin reiterou seu entendimento de que não foram analisadas as questões relacionadas à ausência de comparabilidade entre o produto chinês e o colombiano trazidas aos autos e de que a resposta simplória dada pela Locería Colombiana ao questionário enviado impossibilita a manifestação de mínima defesa às demais partes interessadas.

A exportadora chinesa destacou a necessidade de ajustes a serem realizados no cálculo do valor normal que possibilitem justa comparação, caso a informação proveniente da Colômbia seja realmente utilizada.

Com relação aos referidos ajustes, a Guangxi Xin realizou os seguintes requerimentos: (a) exclusão das peças especiais do cálculo do valor normal, como leiteiras e chocolateiras (não restritas a esses produtos) que possuem produção artesanal; (b) cálculo do valor normal utilizando-se apenas as peças da linha Hogar (doméstica) para os dois segmentos de mercado inferiores, sendo, portanto, excluídos os produtos direcionados aos mercados sofisticados; (c) ajuste do preço colombiano, em ao menos 15%, em razão da marca Corona; (d) ajustes com o fim de refletir operações comerciais normais – considerando o fato de a Exportadora não poder ter acesso aos dados de comercialização a partes relacionadas – e esclarecimentos para sua aplicação (ou não aplicação); (e) ajustes face à rota tecnológica, processo produtivo, matérias-primas e insumos que difiram entre a prática da empresa colombiana e das empresas chinesas, sendo, da mesma forma, fundamentados nesta Resolução.

Em sua manifestação protocolada em 17 de dezembro de 2013, a Shenzhen discorreu acerca do processo de escolha do terceiro país de economia de mercado, no qual afirma ser imperativa a escolha de um país com condições produtivas e mercadológicas similares ao da China. Logo, para que ocorra uma justa comparação, a empresa argumenta que deve ser utilizado um valor normal que seja o mais próximo possível do praticado na China. Na visão da exportadora, mesmo que a China não seja considerada como uma economia de mercado, este fato não concede à autoridade brasileira a total liberalidade para escolher qualquer país como terceiro país. A Shenzhen continua:

“Assim, não obstante a regra ou a jurisprudência serem silentes sobre uma forma específica de seleção de terceiro país, a possibilidade de escolha não pode ser discricionária a ponto de selecionar um terceiro país que em nada se relaciona com o país de origem das importações. A escolha discricionária do terceiro país, sem observar a limitação legal da necessidade de realização de uma comparação justa, desvirtua a aplicação de regra e o seu objetivo.”

Nesse sentido, a Shenzhen entende que ao escolher a Colômbia como terceiro país de economia de mercado, não foram observados os parâmetros da comparação justa. Conforme o exportador, ao optar pela Colômbia, foi calculado um valor normal baseado em dados aferidos em um país com produção monopolística, de alta qualidade e valor agregado, e de volume de produção extremamente inferior à escala de produção chinesa. Em oposição, o mercado chinês apresenta produção altamente pulverizada, de qualidade distinta, de menor valor agregado e de alto volume de produção. Assim, diante das mencionadas diferenças, a Shenzhen refuta em entender tal substituição - sobretudo por utilizar parâmetros de comparação não razoáveis e excessivamente flexíveis - e pondera que não se poderia utilizar a Colômbia como terceiro país de economia de mercado, mas encontrar um país que mais se assemelhe à China.

Caso se decida por continuar a adotar a Colômbia como país de referência para o cálculo do valor normal, a Shenzhen solicitou que deveriam ser realizados os devidos ajustes ao valor normal, a fim de permitir uma comparação minimamente adequada e justa.



Uma vez verificadas diferenças que afetem a justa comparação entre o valor normal e o preço de exportação, a Shenzhen propõe que seja realizado ajustes tendo como base as seguintes situações: (a) Forma de organização do setor produtivo de objetos de louça na Colômbia e na China. Na Colômbia a produção de objetos de louça é concentrada em uma empresa apenas, a Locería Colombiana. Tal situação monopolística permite à empresa praticar preços mais altos. Por sua vez, na China, a produção de objetos de louça é altamente pulverizada, existindo um grande número de produtores. (b) Qualidade dos objetos de louça fabricados na China e na Colômbia. A produção realizada pela Locería Colombiana é de alto padrão, destinando-se a um mercado de elite, de alta qualidade. Por sua vez, na China são fabricados produtos de qualidade inferior, destinados a um mercado de menor valor agregado. (c) Quantidade de objetos de louça produzidos na Colômbia e na China. A Locería Colombiana produz um número muito pequeno de objetos de louça quando comparada ao volume produzido pelo mesmo setor na China. Este fato implica na construção de um maior preço para o consumidor colombiano, que seria menor caso a produção apresentasse um volume mais relevante de peças.

Diante das três situações explicitadas acima, a Shenzhen entende que, apenas por meio das correções que distorcem o valor normal auferido, será possível efetuar uma justa comparação entre o valor normal e o preço de exportação.

Em sua manifestação protocolada em 16 de dezembro de 2013, a empresa Shandong Zhongyi Macca Industrial Light Industrial Products Co., Ltd., contestou a utilização da Colômbia como terceiro país de economia de mercado. Segundo a exportadora, ao contrário do que ocorre na China, onde a produção se dá de maneira pulverizada, a empresa Locería Colombiana pode ser considerada uma indústria monopolista, já que detém mais de 90% da produção de louças naquele país.

Ademais, a Locería Colombiana trata-se de uma empresa centenária, que possui uma marca com grande renome no mercado (Corona), ao contrário dos produtos chineses.

A empresa destaca também as diferenças nas características dos produtos, como, por exemplo, o grau de brancura que nas chinesas gira em torno de 65%, enquanto que os produtos colombianos seriam superiores a 70%, além de o produto colombiano possuir um peso unitário menor do que o chinês, o que eleva artificialmente o preço.

Diante do exposto, se faz necessário um abatimento de, no mínimo, 30% do valor apurado para fins de valor normal da China, a fim de garantir a justa comparação e evitar a distorção da margem obtida. Ainda, a Macca requer que seu valor normal seja apurado com base na resposta ao questionário da empresa colombiana, ponderando-se o volume e as características do produto exportado pela empresa.

4.1.1.2 Do posicionamento acerca da escolha da Colômbia como terceiro país de economia de mercado para cálculo do valor normal
Primeiramente, é importante esclarecer que, como explicitado anteriormente, a República Popular da China, para fins de defesa comercial, não é considerada uma economia predominantemente de mercado. Tampouco se logrou demonstrar, no curso da investigação, que o setor produtor chinês de objetos de louça opera em condições de mercado. Dessa forma, de acordo com o art. 7º do Decreto nº 1.602, de 1995, não há que se falar em apuração do valor normal da China com base nos preços praticados em seu mercado interno, como requereu a empresa Shenzhen Yuding.

Além disso, é importante esclarecer que, conforme estabelece o § 1º do artigo 7º do Decreto nº 1.602, de 1995, "*a escolha do terceiro país de economia de mercado adequado levará em conta quaisquer informações fiáveis apresentadas no momento da seleção*". Ora, quando da abertura da investigação, as petionárias argumentaram que a escolha da Colômbia se justificava pelo fato de se tratar de país de economia de mercado, aberto a importações e que mantém uma política de alíquotas de imposto de importação reduzidas. Ao analisar as informações apresentadas pelas petionárias, verificou-se que estavam devidamente embasadas e comprovadas por elementos de prova (faturas comerciais da empresa colombiana) e se referiam a produtos similares ao objeto da investigação.

Dessa forma, considerou-se apropriada, para fins de abertura da investigação, a escolha do terceiro país de economia de mercado e a metodologia empregada para fornecimento das informações relativas aos preços praticados no mercado interno Colombiano. Entendeu-se, ainda, que o número de faturas apresentado pelas petionárias na abertura da investigação era representativo uma vez que refletia as operações de venda dos objetos de louça efetuadas durante todo o período de investigação.

Deve-se destacar, ainda, que o Regulamento Brasileiro não estabelece os parâmetros que devem ser utilizados na escolha do terceiro país de economia de mercado, tampouco estabelece uma hierarquia entre esses. Nesse contexto, buscou-se, em todas as investigações, trabalhar com a opção que reflita informações, de preferência, de fonte primária, que estejam relacionadas a comercialização do produto similar ao objeto da investigação, de país que julgue apropriado. Além disso, para fins de determinação final, foi realizada verificação **in loco** na empresa colombiana e pôde-se constatar a veracidade das informações apresentadas em sua resposta ao questionário de terceiro país de economia de mercado.

No caso dos objetos de louça, considerando que os itens tarifários em que são usualmente classificadas as importações englobam também outros produtos, distintos daqueles objetos da investigação, considerou-se apropriado trabalhar com informações relacionadas a comercialização dos objetos de louça no mercado interno colombiano, por se tratar de informações individualizadas por tipo de produto, passíveis de verificação **in loco**.

Deve-se ressaltar, ainda, que, em resposta ao questionário do terceiro país de economia de mercado, a empresa colombiana apresentou informações relacionadas a comercialização de todos os tipos de objetos de louça, classificados conforme os códigos alfanuméricos sugeridos (CODIPs). Assim, restou demonstrado que a empresa colombiana comercializa produtos similares aos objetos de louça sob investigação.

Quanto às alegações de que a Locería Colombiana poderia ser considerada uma indústria monopolista no mercado em que atua, apesar de representar mais de 90% da produção da indústria colombiana, a Locería detém menos de 50% do consumo nacional aparente da Colômbia, o que impede a empresa de praticar preços abusivos devido à concorrência estabelecida pelos produtos importados. Cabe destacar ainda que o mercado colombiano é dominado pelos produtos de origem chinesa.

Com relação às manifestações de que o produto colombiano seria produzido a partir de matérias primas diferentes daquelas utilizadas pelas empresas chinesas, restou claro para a equipe do DECOM - que realizou verificação **in loco** na empresa colombiana - que ela utiliza as mesmas matérias primas e o mesmo processo produtivo tanto das empresas que compõem a indústria doméstica quanto das



empresas chinesas. Além disso, ficou comprovado que a tecnologia adotada pela empresa colombiana é de última geração, o que diminui os custos de produção, e consequentemente, o preço final do produto.

Os equipamentos utilizados pelas empresas colombianas, brasileiras e chinesas tendem sempre a ter a mesma origem, ou seja, são fabricados na China. Como a China usualmente vende seus produtos no mercado externo mais barato do que vende no seu mercado interno, as empresas colombianas estariam adquirindo este maquinário a um preço inferior ao pago pelas empresas chinesas. Portanto, não cabe aqui reduzir o valor normal por conta dessa diferença de custo do maquinário.

Como foi constatado pela equipe do DECOM, a empresa colombiana produz desde a porcelana mais simples até a mais requintada, assim como também foi constatado na verificação **in loco** na China, onde as empresas daquele país vendem todo tipo de produto, e não apenas os produtos mais simples voltados para as classes mais baixas. Ou seja, as empresas chinesas vendem também desde os produtos brancos, como os produtos mais refinados, que também são produzidos com materiais mais nobres, como cristais.

Quanto ao peso do produto, não há que se falar em diferença de preço por peso, já que o valor normal está sendo calculado por quilograma, e não por peça unitária. Além disso, há produtos chineses, como o "**Bone China**", fabricado a partir de pó de osso animal, ser extremamente leve em relação aos demais tipos de cerâmica. Portanto, é inverídica a afirmação de que o produto colombiano é mais leve do que o produto chinês.

Com relação ao cálculo do valor normal a partir dos dados apresentados pela empresa colombiana, esclarece-se que a comparação entre o preço de exportação do produto chinês e o valor normal foram comparados nas mesmas bases, qual seja, em função do mesmo código de produto. Uma vez que os dados apresentados pela Corona foram feitos em base confidencial, não se pode abrir as referidas informações.

Conforme demonstrado no tópico específico sobre o produto investigado nesta Resolução, não cabe aqui discutir a distinção entre o produto fabricado e vendido pela empresa colombiana daquele produzido e vendido pelas empresas chinesas, pois, como já foi demonstrado anteriormente, a empresa Corona vende na Colômbia os mesmos produtos vendidos pelas empresas chinesas ao Brasil. Portanto, o produto colombiano e o produto chinês possuem as mesmas características.

Especificamente com relação à necessidade da segmentação de mercado para fins de determinação de dano, deve-se ressaltar que as disposições do Decreto nº 1.602, de 1995, em consonância com o Acordo Antidumping, não preveem a possibilidade de determinação da existência de dano "por segmento".

Sobre a alegação de que a empresa Corona produziria apenas produtos cerâmicos, tal informação não é verdadeira, pois ficou comprovado que ela produz tanto artigos de cerâmica como de porcelana.

Com relação às alegações de que se deveria fazer ajuste no valor normal em razão da marca da empresa colombiana, assim como foi feito pela autoridade europeia no caso de investigação antidumping contra a China do mesmo produto aqui investigado, inicialmente cabe ressaltar que nem o Decreto nº 1.602, de 1995, nem o Acordo Antidumping preveem este tipo de ajuste. Além disso, não ficou comprovado durante a verificação **in loco** na empresa colombiana que a marca da referida empresa é fator relevante no momento de se precificar o produto no mercado colombiano.

Em rápida consulta ao site *Trademap.com*, pode-se constatar que o preço de exportação da Colômbia é bastante semelhante ao praticado pela Corona no mercado interno, e que é possível identificar que os maiores países exportadores mundiais de objetos de louça, exceto a China, praticam um preço muito superior ao preço praticado pela Colômbia, como é o caso da Alemanha, US\$ 9,31/kg; Reino Unido, US\$ 9,41/kg; França, US\$ 14, 62/kg; República Tcheca, US\$ 6,06/kg; e Indonésia, US\$ 6,07/kg.

Com referência à qualidade dos produtos, o tema também já foi tratado, e restou comprovado que tanto a Corona quanto as empresas chinesas fabricam e vendem os mesmos tipos de produto, desde os mais simples aos mais sofisticados. Tal fato foi também comprovado pela equipe do DECOM que realizou verificação **in loco** nas empresas chinesas que responderam ao questionário do produtor/exportador, onde pode-se observar que as referidas empresas possuíam em seu portfólio de produtos desde os objetos de louça mais simples até os mais sofisticados.

Com relação a alegação de que as partes não teriam tido acesso as informações prestadas pela empresa colombiana, lembra-se que a empresa Corona participou deste processo apenas como parte convidada, tendo apresentado seus dados de modo voluntário, apenas para auxiliar no cálculo do valor normal. Portanto, à referida empresa não cabe o ônus de ter que abrir suas informações e, portanto, pode apresentar seus dados em bases confidenciais.

Sobre a alegação de que alguns produtos colombianos, como leiteiras e chocolateiras, não poderiam ser comparadas às peças chinesas, cabe destacar que a China também exporta os referidos produtos para o Brasil.

Com relação à alegação de que as partes não conseguiram conferir o preço de venda da Corona para empresas relacionadas, ressalta-se que, inicialmente, tais informações foram apresentadas em bases confidenciais pela empresa, e não se pode abrir tais informações. Além disso, ficou comprovado, durante a verificação **in loco** realizada na empresa, que a diferença de preço entre as vendas para partes relacionadas e para partes não relacionadas era irrisória, e não comprometeu a análise do preço médio praticado pela empresa.

4.1.2 Do preço de exportação na abertura da investigação

De acordo com o *caput* do art. 8º do Decreto nº 1.602, de 1995, o preço de exportação é o efetivamente pago ou a pagar pelo produto exportado ao Brasil, livre de impostos, descontos e reduções concedidas.

O preço de exportação, na abertura da investigação, foi apurado com base nos preços médios ponderados das importações brasileiras de objetos de louça para mesa da China disponibilizadas pela RFB, na condição de comércio FOB. A tabela a seguir informa o preço médio ponderado de exportação da China para o Brasil no período analisado.

Preço de Exportação da China

Produto	US\$ FOB	Quantidade (kg)	US\$ FOB/kg
---------	----------	-----------------	-------------



Objetos de Louça para Mesa	90.444.788,22	67.108.967,44	1,35
----------------------------	---------------	---------------	------

4.1.3 Da margem de dumping na abertura da investigação

As margens absolutas de dumping e a margem relativa de dumping apuradas na abertura da investigação estão apresentadas a seguir:

Margem de Dumping

Valor Normal	4,66
Preço de Exportação	1,35
Margem de Dumping Absoluta	3,31
Margem de Dumping Relativa	245,2%

4.1.4 Da conclusão sobre o dumping na abertura da investigação

A partir das informações anteriormente apresentadas, determinou-se, para fins de abertura da investigação, a existência de indício de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa para o Brasil originárias da República Popular da China realizadas no período de abril de 2011 a março de 2012.



4.2 Do dumping para fins de determinação preliminar

Conforme Parecer DECOM nº 21, de 12 de julho de 2013, utilizou-se o período de abril de 2011 a março de 2012 para verificar a existência de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa da China para o Brasil.

A apuração das margens de dumping teve como base as respostas ao questionário do produtor/exportador apresentadas pelas empresas Guangxi Xin Fu Co., Ltd., Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co., Ltd. e Shenzhen Yukung Trading Co., Ltd., as quais representam respectivamente, 4,2%, 2,0% e 1,6% das exportações para o Brasil.

Ressalte-se que foram consideradas as informações contidas em tais respostas na apuração das respectivas margens de dumping, muito embora ainda não houvessem sido objeto de verificação *in loco* pelos técnicos do DECOM.

As margens de dumping preliminares apuradas encontram-se resumidas na tabela a seguir.

Margens de Dumping – Determinação Preliminar

Pais	Produtor/Exportador	Valor Normal (US\$/kg)	Preço de Exportação (US\$/kg)	Margem de Dumping Absoluta (US\$/kg)	Margem de Dumping Relativa
China	Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd.	3,37	1,03	2,34	227,4%
	Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co., Ltd.	6,14	0,96	5,18	539,9%
	Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory	4,00	1,30	2,70	207,8%

4.2.1 Das manifestações das partes interessadas acerca da determinação preliminar de dumping

Em manifestação protocolada em 26 de agosto de 2013, a empresa Imeltron solicitou que não sejam aplicadas tarifas antidumping para seus produtos. A empresa citou a definição de dumping constante na página da Wikipedia, na qual se baseou para apresentar pesquisa e comparação de preços de produtos similares praticados pelas empresas nacionais. Segundo a pesquisa de preços apresentada, os preços de mercado da Imeltron são maiores que o das demais empresas para o produto prato quadrado de 18, 21 e 26 centímetros. Nesse sentido, a empresa acredita não estar prejudicando fabricantes nacionais de objetos de louça e solicita a realização de estudo de



mercado para identificar as empresas que realmente praticam dumping e a não aplicação de direito antidumping em seu caso específico.

Em 12 de setembro de 2013, a empresa Brinox Metalúrgica S.A. requereu que, em caso de eventual manutenção da aplicação da medida antidumping que não sejam aplicados direitos retroativos. Também solicitou a aplicação de "*aliquota móvel (variável), resultante da diferença absoluta entre o valor construído e o preço de exportação de cada transação*".

A CBD afirmou em 16 de setembro de 2013 que a não realização de verificação **in loco**, tanto nos produtores chineses quanto na empresa colombiana, inviabilizaria a aplicação de um direito preliminar, e que essa deveria ter sido adiada.

Sobre o cálculo dos direitos preliminares, a empresa argumentou que:

"(...) Ao se analisar as margens individuais apuradas para os referidos exportadores, verifica-se que houve um cálculo individual para um exportador (...) (Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory) e não houve para um dos (...) (Shenzen Yukung Trading Co. Ltd.).

Note-se ainda que os exportadores cujos questionários serviram de base para os cálculos responderam por um universo pequeno das exportações para o Brasil (na soma, 7,8% das exportações).

Além disso, a margem de dumping apurada para um dos exportadores (Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co. Ltd) foi de US\$ 5,18/kg, muito superior ao valor normal "médio" (...). Esta margem de dumping individual teve influência considerável nos montantes de US\$ 3,07/kg e US\$ 4,66/kg aplicados à maior parte das importações e que tornam simplesmente proibitiva a comercialização dos produtos importados no varejo nacional."

Além disso, a CBD afirmou que o agrupamento dos produtos em apenas 3 tipos de distinções por CODIP trariam distorções na comparação entre o valor normal e o preço de exportação. Nesse sentido, a importadora solicitou que se elimine "*as distorções decorrentes da comparação de preços de produtos que não são comparáveis*."

A Havan, em 17 de setembro de 2013 protocolou manifestação na qual defendeu que deve haver diferenciação nos valores de dumping para cada produto, tendo em vista que as NCMs abrangem grande variedade de produtos, muitos dos quais não seriam fabricados na indústria nacional, e que os fabricados na China teriam custos de produção mais baixos em função da matéria-prima abundante existente no país, baixa tributação para exportação dos produtos chineses e incentivo que estes receberiam para exportar, o que deixaria o material mais barato. Todavia, segundo a Havan, sem sombra de dúvida a qualidade também é inferior à dos produtos oferecidos pela indústria nacional.

A empresa concluiu pedindo a não-aplicação do direito antidumping e a devolução dos valores pagos a título de dumping provisório depositados em juízo, uma vez que inexistiria nexo causal de dano entre a importação de produtos da China e a produção dos produtos pela indústria nacional pois sua capacidade seria completamente vendida.

Em 17 de setembro e em 12 de dezembro de 2013, a Distribuidora Quadrifoglio Comércio Importação e Exportação se manifestou contra a aplicação do direito antidumping provisório e pediu sua revogação. Primeiramente, a importadora destacou que a audiência para discussão da definição do produto sobre o qual incidiu o direito foi realizada posteriormente à sua aplicação. Segundo ela, não haveria lógica em aplicar um direito antidumping para depois se discutir sobre quais produtos eles incidiriam, na medida em que primeiro seria necessário comprovar a existência de dumping. Disto a empresa concluiu que, por este e outros procedimentos adotados no curso da investigação, não se teria pretendido a busca pela constatação da existência ou não de dumping, mas uma defesa de duas indústrias nacionais que, por motivos não relacionados à importação de produtos da China, tiveram uma perda no último período analisado na investigação.

Em 17 de setembro e em 12 de dezembro de 2013, a Distribuidora Quadrifoglio Comércio Importação e Exportação declarou que o fator preponderante para importações dos produtos da República Popular da China não seria o preço, mas fatores que teriam sido comprovados no curso da investigação, como a diferença de qualidade entre os produtos nacional e importado, e principalmente, a indústria nacional não conseguiria atender à demanda exigida pelos importadores, inclusive quanto à variedade de produtos disponíveis. Disto a Quadrifoglio questiona se a aplicação dos direitos antidumping decorrentes da presente investigação objetivaria mesmo a proteção da indústria nacional ou a formação de cartel entre essas duas empresas.

Outra questão levantada pela Quadrifoglio relaciona-se ao preço pelo qual o Brasil exporta seus produtos. Pesquisa no sistema Aliceweb indicaria que os preços de exportação e de importação seriam similares, não havendo que se falar em margem de dumping na importação. Conforme declaração da empresa, haveria o desejo das produtoras nacionais de dominar todo o mercado.

A empresa citou que muitas vezes os preços de venda no varejo do produto importado seriam maiores que os preços de venda dos produtos nacionais, mesmo sendo os importados de qualidade inferior. Ainda de acordo com a Quadrifoglio, se os direitos antidumping forem retirados e nova investigação for iniciada, considerando-se a República Popular da China como economia de mercado e os preços utilizados pelo Brasil na exportação, chegar-se-ia à constatação de inexistência de dumping. Descartando-se a hipótese de se considerar a China como economia de mercado, poderia ser escolhido outro país exportador, com a Tailândia, que seria o segundo maior exportador do produto investigado e em condições de ser equiparada à China.

A Quadrifoglio também defendeu que a análise do preço por quilo não seria a forma mais adequada para comparação, pois, no caso concreto, haveria existência de produtos com qualidades distintas e que conseqüentemente possuiriam preços distintos, independentemente de seu peso.

A importadora concluiu sua manifestação defendendo a ausência de dumping, uma vez que os preços praticados seriam condizentes com o mercado, assemelhando-se inclusive aos preços de exportação do Brasil para a China, e requerendo a revogação do direito aplicado, iniciando-se, se for o caso, nova investigação levando em consideração os argumentos expostos pelos importadores e exportadores, inclusive com diligência **in loco** e perícias nos produtos nacionais e importados considerados com margem de dumping.

Em 13 de dezembro de 2013 a ABCON aduziu que os objetos de louça provenientes da China têm sido alvo de medidas antidumping de vários outros países, porém em proporções consideravelmente menores.



Segundo a Associação, no Peru a medida imposta em 2004 equivaleu a US\$ 0,17/Kg para objetos de louça (equivalente a 24%) e US\$ 0,30/Kg (equivalente a 48%). Em 2009, a medida passou por revisão e o direito foi extinto, pois se constatou que a indústria doméstica peruana deixou de produzir objetos de louça e porcelana e passou a importa-los da China.

Na Colômbia, a medida foi imposta em 2004, na forma de direito móvel, isto é, acima de determinado valor entende-se que não há prática do dumping e, portanto, não há cobrança de medida antidumping. Em 2006 essa medida foi modificada para uma alíquota de US\$ 1,71/Kg para objetos de louça e US\$ 2,88/Kg para objetos de porcelana. Em 2011, as autoridades colombianas prorrogaram a medida antidumping por mais 4 anos, nos termos e valores da modificação de 2006.

Na UE, decidiu-se, em maio de 2013, pela aplicação definitiva de medida antidumping sobre as importações de objetos de louça da China. A medida antidumping definitiva variou de 17,6% a 36,1%.

No México, em maio de 2013, foi aplicada medida provisória na forma de direito móvel, similar à medida colombiana. As importações de objetos de louça acima de US\$ 2,58/Kg não tem cobrança de medida.

No Brasil, a medida antidumping provisória foi aplicada na forma de alíquota específica de US\$ 1,34/Kg a US\$ 4,66/Kg. Dessa forma, segundo a Associação a medida antidumping pode atingir até 400%.

Diante do exposto, a ABCON, embora reconheça a tendência na aplicação de medida antidumping contra as cerâmicas da China, acredita que a medida solicitada pelas Peticionárias brasileiras é excessiva e além do necessário para corrigir suposta prática desleal de comércio. Para a Associação tal excesso se deve, sobretudo, à deficiência na definição dos CODIPs que prejudicam a justa comparação dos produtos, ao valor normal inflado e à ausência de ajustes nos preços a serem comparados para cálculo de medida antidumping.

Afirma a Associação que, conforme o Decreto nº 1.602/1995, a medida antidumping deve ser suficiente para neutralizar o dano auferido pela indústria doméstica, respeitando-se a regra do menor direito. Todavia, no presente caso, a margem de subcotação auferida para P5 de R\$ 1,93/Kg (um real e noventa e três centavos por kilo), foi inferior às margens de dumping calculadas para as duas empresas selecionadas: Guangxi Xin Fu Yan Co Ltd, com US\$ 5,14 Kg (cinco dólares e quatorze centavos por kilo) e Guangdong Raoping Y Ceramic Factory, com US\$ 2,76/Kg (dois dólares e setenta e seis centavos por kilo). Dessa forma, solicita a ABCON que a Autoridade Investigadora aplique medida antidumping definitiva com base na subcotação apurada.

Adicionalmente, a ABCON alegou que uma medida única aplicada de forma uniforme para todo e qualquer objeto de louça originário da China falharia ao analisar o produto de forma justa e contrariaria a prática adotada em outros casos em que o escopo da investigação se mostrou demasiado amplo. Segundo a Associação, eventual medida antidumping deveria atentar-se às principais características do produto. Nesse sentido, solicitou que o formato de um direito antidumping móvel fosse aplicado, tendo em vista que essa forma de direito também levaria em consideração as referências de comercialização dos produtos.

A Shandong Zhongyi Macca, em manifestação protocolada em 16 de dezembro de 2013, demonstrou descontentamento quanto à não utilização dos fornecidos pela empresa nos cálculos da margem de dumping. Segundo a empresa, ela foi selecionada pela autoridade investigadora, apresentou resposta ao questionário do produtor/exportador de forma tempestiva e, inclusive, recebeu os técnicos do DECOM para a realização da verificação *in loco*. No entanto, depreende-se da referida Nota Técnica que não foi calculado o preço de Exportação e o Valor Normal para a MACCA conforme os dados fornecidos e muito menos justificou os motivos.

A exportadora alega que, caso se entenda que as informações apresentadas não foram suficientes, esta autoridade deveria, ao menos justificar sua decisão, em atendimento ao artigo 66 § 3º do Decreto 1.602 de 1995, que dispõe:

“§ 3º Caso a SECEX não aceite uma informação, esta comunicará, imediatamente, à parte o motivo da recusa, a fim de que a mesma possa fornecer novas explicações, dentro de prazos estabelecidos, respeitados os limites de duração da investigação. Caso as explicações não sejam satisfatórias, as razões da recusa deverão constar dos atos que contenham qualquer decisão ou determinação.”

Conclui a exportadora que, uma vez encontradas inconsistências nas informações apresentadas, surge a necessidade legal da autoridade investigadora de comunicar a empresa o motivo da recusa para que, assim, possa apresentar seus esclarecimentos. Entretanto, a autoridade brasileira não solicitou informações adicionais nem informou a intenção de não utilizar os dados apresentados pela Macca. Enfim, a Nota Técnica nº 119 foi silente no que diz respeito à situação da exportadora.

Na visão da Macca, portanto, teria havido um evidente cerceamento de defesa, uma vez que se deixou de justificar o motivo da desconsideração dos dados fornecidos, de modo que a exportadora ficou impossibilitada de apresentar sua defesa de forma apropriada. É imprescindível registrar que se trata de violação de princípios constitucionais, quais sejam, do contraditório e da ampla defesa.

Dessa maneira, a Macca afirmou que foi surpreendida com a absoluta ausência de qualquer indicação acerca da utilização ou não dos dados apresentados pela empresa. Julga-se, portanto, imperativo a necessidade de justificativa ou ao menos de um posicionamento acerca da não utilização dos dados fornecidos pela Macca para fins de determinação final.

A empresa ressalta que é prática costumeira a indicação de utilização da melhor informação disponível nos casos em que as informações não foram satisfatórias. No entanto, a Nota Técnica nº 119 sequer mencionou a utilização da melhor informação disponível ou, tampouco, indicou qualquer outra razão para ausência de cálculo do Preço de Exportação e do Valor Normal.

A exportadora Macca contestou, ainda, o parágrafo da Nota Técnica nº 119 que aduz que a empresa só realiza a última etapa do processo produtivo, qual seja, decoração e posterior embalagem dos produtos pré-fabricados. Tal suposição não condiz com a realidade, já que a empresa realiza considerável parte do processo produtivo concernente aos produtos objetos da investigação.

Segundo a empresa, das cinco etapas do processo produtivo dos objetos de louça exportados, ela apenas não realiza a primeira etapa, em que ocorre a transformação de terra em cerâmica através da extrusão e do aquecimento. Uma vez que a China não é considerada como um país de economia de mercado para fins de defesa comercial, a empresa não apresentou informações acerca de seu processo produtivo, nem os técnicos solicitaram informações adicionais a respeito do assunto. Dessa forma, a Macca esclarece que é, de fato, produtora e exportadora do produto objeto da investigação. Conforme a empresa, “o Decreto 1.602 de 1995 não discrimina ou



caracteriza as empresas como produtoras, ou não, com base na quantidade de etapas realizadas durante o processo produtivo do produto investigado”.

A Macca requisitou ainda o reconhecimento de sua participação ativa na presente investigação, uma vez que atendeu a todas as solicitações da autoridade investigadora. Assim, a empresa solicita que seja concedido um tratamento diferenciado às suas exportações, com a determinação de uma margem individual de dumping inferior àquela calculada para os demais exportadores que não se manifestaram ou colaboraram com a investigação.

Por fim, solicitou, caso haja a aplicação do direito antidumping, a utilização do menor direito entre a margem de dumping e a margem de subcotação. Tal entendimento se baseia no princípio de que o direito antidumping deve ser suficiente para eliminar, neutralizar ou evitar o prejuízo, de modo a se aplicar a menor intervenção estatal possível. Portanto, pode-se dizer que aplicação da margem maior implicaria na proteção excessiva ao produtor doméstico, tendo como consequência o fechamento de mercado, com ônus à cadeia produtiva.

Segundo a Brinox, em manifestação protocolada em 6 de dezembro de 2013, a aplicação provisória de direito antidumping se demonstra desnecessária, principalmente quanto à aplicação de eventual retroatividade. A empresa destacou ainda que houve redução do volume de importação de objetos de louça proveniente da China, de acordo com os dados disponibilizados pelo MDIC. Na comparação do período P5 com o período posterior, observa-se uma queda de 4,34% na quantidade de quilos exportados para o Brasil. Se for analisado o período que abrange a abertura da investigação (26 de dezembro de 2012) até o mês de junho de 2013, a importação desses itens apresenta uma queda maior ainda. Se projetarmos em um cenário de 12 meses, esta queda deverá ser superior a 20%.

Enfim, no caso de eventual manutenção da aplicação de medida antidumping, a Brinox requer a não aplicação de efeitos retroativos, bem como a aplicação de alíquota móvel, resultando da diferença absoluta entre o valor construído e o preço de exportação de cada transação. Conforme a empresa, *“isto evitaria a distorção causada pela aplicação uniforme da medida em um mercado caracterizado por produtos de qualidade, variedade e preços distintos”*. Ademais, a empresa requisitou a reforma da decisão provisória de aplicação de direito antidumping e a exclusão da Brinox da investigação antidumping.

4.2.2 Do posicionamento acerca da determinação preliminar de dumping

Em relação à manifestação da empresa Imeltrom, a análise baseou-se nos preços praticados pelo exportador chinês, e não no preço praticado na operação de compra pelo importador brasileiro. Nesse sentido, levou-se em consideração as informações prestadas pelas empresas produtoras/exportadoras chinesas que responderam ao questionário enviado por ocasião do início dessa investigação.

Sobre o pedido da Brinox para que não seja aplicado direito antidumping retroativo, cabe ressaltar que há previsão no art. 10 do Acordo Antidumping e na legislação brasileira para o uso deste dispositivo. Nessa esteira, se, com base nas informações contidas nos autos do presente processo e nas estatísticas oficiais de importação, chegar à conclusão de que o cenário descrito nos incisos I e II do art. 54 do Decreto nº 1602/1995 se verifica para as importações de objetos de louça para mesa, poderá ser proposta a cobrança retroativa de eventual direito antidumping definitivo.

Com relação às manifestações das empresas CBD e Quadrifoglio sobre a aplicação de direito provisório sem prévia verificação **in loco** aos exportadores e à empresa colombiana, inicialmente cabe ressaltar que a não realização de verificação nos produtores/exportadores, e no 3º país de economia de mercado não prejudicam a aplicação de uma medida antidumping. Além disso, pode-se constatar que foram seguidas todas as previsões contidas no art. 34 do decreto nº 1.602, de 1995:

Art. 34. Medidas antidumping provisórias somente poderão ser aplicadas se:

I - uma investigação tiver sido aberta de acordo com o disposto na Seção II do Capítulo V, o ato que contenha a determinação de abertura tiver sido publicado e às partes interessadas tiver sido oferecida oportunidade adequada de se manifestarem;

II - uma determinação preliminar positiva da existência de dumping e consequente dano à indústria doméstica tiver sido alcançada;

III - as autoridades referidas no art. 2 decidirem que tais medidas são necessárias para impedir que ocorra dano durante a investigação;

e

IV - houver decorrido pelo menos sessenta dias da data da abertura da investigação.”

Sobre o agrupamento dos produtos em apenas 3 tipos de CODIP, esclarece-se que tais informações foram apresentadas pelo produtor/exportador chinês. Com base nestes dados, realizou-se a comparação de tais CODIPs com os respectivos CODIPs calculados como valor normal, segundo as informações apresentadas pela empresa colombiana identificada como terceira parte.

Com referência ao pedido da Havan de não aplicação de direito antidumping e devolução dos valores pagos do direito provisório da empresa Havan, entendeu-se que os motivos apresentados pela referida empresa não são motivadores para tal devolução, uma vez que ficou comprovado pela indústria doméstica o dano e o referidonexo causal.

Com relação às alegações da empresa Shandong Zhongyi Macca, as razões da não aceitação dos dados apresentados pela empresa foram esclarecidas no relatório de verificação **in loco**, conforme parágrafos 15 a 18, e também da Nota Técnica nº 119, no parágrafo 47. Portanto, restou claro nos dois documentos que a empresa Macca não é produtora de objetos de louça para mesa, apenas fazendo a decoração dos produtos. Se o representante brasileiro da empresa tivesse participado da respectiva verificação **in loco** na China, teria também, assim como fez a equipe do DECOM, constatado a veracidade de tais informações. Portanto, não procede a afirmação da Macca de que teria sido feito suposição de que a empresa não realiza todas as etapas da produção. Tal fato foi comprovado por 3 técnicos do DECOM que estiveram na empresa nos dias 22 e 23 de agosto de 2013.

Portanto, não há que se falar em utilização da melhor informação disponível, uma vez que a empresa Macca não deveria nem ter sido selecionada como produtora/exportadora chinesa do produto investigado, uma vez que ela simplesmente não fabrica o referido produto.

4.2.3 Das manifestações acerca da margem de dumping preliminar da Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory



A Shenzhen Yuking Trading Co. Ltd., parte relacionada à Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory, em 16 de agosto de 2013, argumentou sobre a aplicação de direito antidumping provisório. Para ela, apenas as exportações da Yuxin Ceramic Factory que forem realizadas através da **trading**, a Yuking Trading, devem ter a margem individualizada do direito antidumping no valor de 1,34 USD/Kg. A companhia alegou não possuir o controle de todas as vendas efetuadas pela fábrica, de modo que compradores poderiam atuar como trading e exportar ao Brasil, recebendo, desse modo, um direito antidumping menor do que aquele que deveria ser aplicado de fato. A empresa, portanto, requereu que se aplicasse o direito antidumping no valor de 1,34 USD/Kg apenas quando as exportações dos produtos da fábrica Yuxin fossem realizadas pela trading Yuking. Por fim, e para complementar seu pedido, a empresa citou que esse tipo de tratamento foi dado no caso do ácido cítrico – RESOLUÇÃO CAMEX Nº 52, DE 24 DE JULHO DE 2012 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1109>).

4.2.4 Do posicionamento acerca da margem de dumping preliminar da Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory

Com relação a solicitação da Shenzhen para que se associasse a aplicação da margem individual das vendas da Yuxin apenas se fossem realizadas através da própria Shenzhen, lembra-se que, como a Shenzhen faz parte da CCIA, que realizou compromisso de preço com o Departamento, a Shenzhen passou a não mais ter direito a uma margem individual de dumping, sendo obrigada a praticar o preço mínimo acordado.

4.3 Do dumping para fins de determinação final

Para fins de determinação final utilizou-se o período de abril de 2011 a março de 2012 para verificar a existência de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa da China para o Brasil.

A determinação final de dumping terá como base as respostas ao questionário do produtor/exportador apresentadas pelas empresas Guangxi Xin Fu Co.,Ltd. e Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory, que tiveram suas informações devidamente verificadas pelos técnicos do DECOM, durante os procedimentos de verificação **in loco**.



4.3.1 Do valor normal da China

Para fins de determinação final, o valor normal da China foi obtido a partir das informações prestadas pelo produtor colombiano, a empresa Loceria Colombiana, em sua resposta ao questionário do produtor/exportador de terceiro país de economia de mercado.

Deve-se ressaltar que se reitera, para fins de determinação final, o posicionamento em relação a adequabilidade da escolha da Colômbia como terceiro país substituto para fins apuração do valor normal da China.

Como demonstrado na determinação preliminar, o Regulamento Brasileiro não estabelece os parâmetros que devem ser utilizados na escolha do terceiro país de economia de mercado, tampouco estabelece uma hierarquia entre esses. Nesse contexto, busca-se, em todas as investigações, trabalhar com a opção que reflita informações, de preferência, de fonte primária, que estejam relacionadas a comercialização do produto similar ao objeto da investigação, de país que julgue apropriado.

No caso dos objetos de louça, considerando que os itens tarifários em que são usualmente classificadas as importações englobam também outros produtos, distintos daqueles objetos da investigação, considerou-se apropriado trabalhar com informações relacionadas a comercialização dos objetos de louça no mercado interno colombiano, por se tratar de informações individualizadas por tipo de produto, que foram devidamente verificadas pelos técnicos do DECOM.

Deve-se ressaltar, ainda, que, em resposta ao questionário do terceiro país de economia de mercado, a empresa colombiana apresentou informações relacionadas a comercialização de todos os tipos de objetos de louça, classificados conforme os códigos alfanuméricos sugeridos (CODIPs).

Cabe destacar que a empresa colombiana reportou as informações relativas a totalidade de suas vendas de objetos de louça para mesa, no mercado interno da Colômbia, consolidadas por códigos de produtos.

Instada a apresentar o detalhamento das informações, individualizando os dados de quantidade e valor das vendas por cada fatura emitida durante o período investigado, a exportadora esclareceu que as informações, na forma requerida, seriam disponibilizadas durante a verificação **in loco** a ser realizada na empresa. Essas informações foram devidamente verificadas e confirmadas durante o procedimento de verificação **in loco**.

Cabe destacar que a empresa Loceria Colombiana havia reportado de forma equivocada, em sua resposta ao questionário do produtor/exportador de terceiro país de economia de mercado, os códigos de produto (CODIPs) para cada um dos tipos de produto comercializados pela empresa. Os produtos que eram de cerâmica haviam sido classificados, pela empresa, como porcelana, e vice versa. Nesse sentido, após a realização da verificação **in loco**, foi realizado o ajuste da classificação dos referidos produtos, o que refletiu no cálculo do valor normal por CODIP.

Dessa forma, os preços dos objetos de louça para mesa comercializados no mercado colombiano foram calculados a partir da divisão do faturamento líquido total da empresa, por código de produto, pela quantidade comercializada, em quilogramas, de cada um desses códigos. O faturamento líquido reportado pela empresa inclui, segundo informações apresentadas em resposta ao questionário, as despesas com o transporte da mercadoria até o cliente, uma vez que as vendas foram realizadas na condição de comércio “entregue no cliente”.

Verificou-se que, durante o período objeto da investigação, a empresa comercializou [CONFIDENCIAL] toneladas de objetos de louça para mesa no mercado da Colômbia. Foram identificadas vendas de todos os tipos de objetos de louça, conforme codificação alfanumérica sugerida.

O preço médio de venda dos objetos de louça para mesa, da empresa Loceria Colombiana, conforme reportado em resposta ao questionário e confirmado durante a verificação **in loco**, em dólares estadunidenses, está apresentado a seguir:

Valor Normal



Código do produto	Valor total (US\$)	Quantidade (Kg)	Valor Normal (US\$/kg)
Total Geral	41.969.708,71	10.502.407,00	4,00

4.3.1.1 Do valor normal da Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd.

A base para apuração do valor normal do produtor/exportador chinês Guangxi Xin teve por base a resposta da empresa da Colômbia ao questionário de terceiro país de economia de mercado, ratificado por ocasião da verificação **in loco**, cujo resultado encontra-se no relatório de verificação juntado aos autos do processo.

O valor normal da empresa foi ponderado pelo volume e características do produto (CODIP) exportado pela Guangxi Xin para o Brasil, na condição entregue ao cliente no mercado colombiano, e alcançou US\$ 6,17/kg (seis dólares estadunidenses e dezessete centavos por quilograma).

4.3.1.2 Do valor normal da Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory

A base para apuração do valor normal do produtor/exportador chinês Guangdong Raoping foi a resposta da empresa da Colômbia ao questionário de terceiro país de economia de mercado, ratificado por ocasião da verificação **in loco**, cujo resultado encontra-se no relatório de verificação juntado aos autos do processo.

O valor normal da empresa foi ponderado pelo volume e características do produto (CODIP) exportado pela Guangdong Raoping para o Brasil, na condição entregue ao cliente no mercado colombiano, e alcançou US\$ 4,00/kg (quatro dólares estadunidenses por quilograma).



4.3.2 Do preço de exportação da China

4.3.2.1 Do preço de exportação da Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd.

O preço de exportação foi apurado com base nos dados fornecidos pela Guangxi Xin, relativos aos preços efetivos de venda de objetos de louça para mesa ao mercado brasileiro, de acordo com o contido no caput do art. 8º do Decreto nº 1.602, de 1995.

Com vistas a proceder a uma justa comparação com o valor normal, de acordo com a previsão contida no art. 9º do Decreto nº 1.602, de 1995, o preço de exportação foi calculado na condição FOB.

Considerando-se o período sob investigação, as exportações do produto investigado pela Guangxi Xin ao mercado de brasileiro totalizaram [CONFIDENCIAL] quilogramas, referentes ao montante total de US\$ [CONFIDENCIAL], convertidos de yuans para dólares estadunidenses pela taxa diária de câmbio do Banco Central do Brasil.

Sendo assim, o preço de exportação de objetos de louça para mesa da Guangxi Xin para o Brasil, na condição FOB por código de produto, alcançou **US\$ 1,03/kg** (um dólar estadunidense e três centavos por quilograma).

4.3.2.2 Das manifestações acerca do preço de exportação da Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd.

Em 16 de dezembro de 2013 a empresa declarou não possuir outras considerações com relação ao preço de exportação, visto que, durante os procedimentos de verificação **in loco**, sua boa-fé foi comprovada, assim como os dados apresentados por ela.

4.3.2.3 Do preço de exportação da Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory

Como já havia sido especificado na determinação preliminar, inicialmente, buscou-se apurar o preço de exportação da Shenzhen Guangdong Raoping com base nos dados fornecidos pela empresa, relativos aos preços efetivos de venda do produto objeto da investigação ao mercado brasileiro, de acordo com o contido no art. 8º do Decreto nº 1.602, de 1995.

Entretanto, considerando-se o período sob investigação, verificou-se que os dados de exportações do produto investigado reportados pela Guangdong Raoping ao mercado brasileiro diferiram consideravelmente dos dados oficiais de importações brasileiras fornecidos pela RFB. Por ocasião da verificação **in loco**, a empresa não conseguiu justificar a diferença encontrada.

Nesse sentido, para fins de apuração do preço de exportação da empresa, utilizou-se as informações da RFB, que totalizaram [CONFIDENCIAL] quilogramas referentes ao montante total de US\$ [CONFIDENCIAL].

Sendo assim, o preço de exportação de objetos de louça para mesa da Guangdong Raoping para o Brasil, na condição FOB, alcançou **US\$ 1,24/kg** (um dólar estadunidenses e trinta centavos por quilograma).

4.3.3 Da margem de dumping definitiva

A margem absoluta de dumping é definida como a diferença entre o valor normal e o preço de exportação, e a margem relativa de dumping consiste na razão entre a margem de dumping absoluta e o preço de exportação.

Deve-se ressaltar que, para fins de determinação final, a comparação entre o valor normal e os preços de exportação de cada uma das empresas chinesas, nos casos em que foram utilizados os dados reportados em resposta ao questionário, levou em consideração os diferentes tipos de produtos exportados por cada uma das empresas, classificados de acordo com os códigos alfanuméricos (CODIPs) sugeridos. A diferença entre o valor normal e preço de exportação de cada um dos tipos de produto, para fins de apuração preliminar da margem de dumping, foi ponderada pelo volume exportado de cada um dos códigos de produtos (CODIPs).

4.3.3.1 Da Guangxi Xin Fu Co.,Ltd.



Os quadros a seguir apresentam os cálculos realizados e a margens de dumping, absoluta e relativa, apuradas para a Guangxi Xin Fu Co.,Ltd.

Margem de Dumping - Guangxi Xin Fu Co.,Ltd.

CODIP	Volume Exportado (kg) (A)	VN - PE (US\$/kg) (B)	Total (US\$) (AxB)
A2B1C1	[CONFIDENCIAL]	[CONFIDENCIAL]	[CONFIDENCIAL]
A2B2C1	[CONFIDENCIAL]	[CONFIDENCIAL]	[CONFIDENCIAL]
A2B2C2	[CONFIDENCIAL]	[CONFIDENCIAL]	[CONFIDENCIAL]
Total Geral	2.930.080,5		15.054.611,62

Margem de Dumping – Guangxi Xin

Margem de dumping absoluta (US\$/kg)	Preço de exportação médio ponderado (US\$/kg)	Margem de dumping relativa (%)
5,14	1,03	498,4%



4.3.3.2 Da Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory

O quadro a seguir resume os cálculos realizados e a margem de dumping, absoluta e relativa, da Guangdong Raoping.

Margem de Dumping –Guangdong Raoping

Valor Normal (US\$/kg)	Preço de Exportação (US\$/kg)	Margem Absoluta de Dumping (US\$/kg)	Margem Relativa de Dumping
4,00	1,24	2,76	223,6%

4.3.4 Das manifestações acerca da determinação final de dumping

Com relação à margem de dumping, a Guangxi Xin, em 16 de dezembro de 2013, argumentou que a **comparação** do preço de exportação com o valor normal foi realizada com base em produtos distintos.

Segundo a Guangxi Xin, a partir da análise dos cálculos apresentados, CODIPs diferentes haveriam sido comparados, causando distorção a análise e a margem de dumping: a exportadora classificou os produtos em conformidade com o questionário (A2B1C1, A2B2C1 e A2B2C2), enquanto que a comparação dos produtos exportados foi realizada em razão dos CODIPs comercializados no mercado colombiano (A2B7C3D2, A3B6C3D2 e A3B6C3D3).

Portanto, a empresa chinesa requereu que a comparação seja realizada entre os mesmos produtos ou que, não sendo isso possível, seja explicitado, na Resolução Camex, a razão pela qual foram eleitos produtos distintos para a comparação do valor normal e do preço de exportação, o fundamento para a eleição dos CODIPs utilizados e, também, o motivo pelo qual nenhum ajuste foi realizado para garantir a justa comparação entre produtos distintos.

4.3.5 Do posicionamento acerca da determinação final de dumping

Com relação à manifestação da empresa Guangxi Xin, a afirmação da empresa está equivocada, pois a comparação foi feita com base nos mesmos CODIPs, conforme pode-se depreender do arquivo eletrônico apresentado à empresa, em que constam os CODIPs utilizados com base nas exportações da empresa chinesa ao Brasil e os respectivos CODIPs calculados com base no valor normal da empresa colombiana. O equívoco levantado pela Guangxi Xin se encontra apenas na última coluna, em que houve apenas um erro de digitação. Entretanto, pode-se confirmar que utilizou-se os mesmos CODIPs para se fazer a comparação para se calcular a margem de dumping.

4.4 Da conclusão sobre o dumping na determinação final

A partir das informações anteriormente apresentadas, determinou-se a existência de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa para o Brasil, originárias da China, realizadas no período de abril de 2011 a março de 2012.



Outrossim, observou-se que as margens de dumping apuradas não se caracterizaram como **de minimis**, nos termos do § 7º do art. 14 do Decreto nº 1.602, de 1995.

5. DAS IMPORTAÇÕES E DO CONSUMO NACIONAL APARENTE

Neste item serão analisadas as importações brasileiras e o consumo nacional aparente de objetos de louça. O período de análise deve corresponder ao período considerado para fins de determinação de existência de dano à indústria doméstica, de acordo com a regra do § 2º do art. 25 do Decreto nº 1.602, de 1995. Assim, considerou-se o período de abril de 2007 a março de 2012, dividido da seguinte forma:

- P1 – abril de 2007 a março de 2008;
- P2 – abril de 2008 a março de 2009;
- P3 – abril de 2009 a março de 2010;
- P4 – abril de 2010 a março de 2011; e
- P5 – abril de 2011 a março de 2012.

5.1 Das importações brasileiras

Para fins de apuração dos valores e das quantidades de objetos de louça para mesa importados pelo Brasil em cada período, foram utilizados os dados detalhados de importação dos itens 6911.10.10, 6911.10.90, 6911.90.00 e 6912.00.00 da NCM, fornecidos pela RFB, e as informações constantes das respostas aos questionários dos importadores.

De forma a se obterem dados referentes exclusivamente ao produto investigado, realizou-se depuração das informações constantes dos dados oficiais, excluindo-se as importações de utensílios que não se enquadram na definição apresentada no item 2.1 desta Resolução. Foram excluídos da análise os seguintes produtos identificados como fora do escopo da presente investigação: artigo de higiene ou de tocador, afiadores, moedores, raladores, descascadores, fatiadores e demais utensílios de corte de louça.

O produto "objetos de mesa, de vidro", normalmente classificado na NCM 7013.49.00, está sujeito ao pagamento de direito antidumping desde 28 de fevereiro de 2011. Nesse sentido, considerou-se que as operações com recolhimento de direito antidumping pela RFB, classificadas nas NCMs sob análise, se referiam na realidade ao produto "objetos de mesa, de vidro", tendo sido, portanto, excluídas da análise dessa investigação.

5.1.1 Do volume importado

O quadro seguinte apresenta os volumes de importações de objetos de louça para mesa durante o período de investigação:

Importações de objetos de louça para mesa

Em número índice

	P1	P2	P3	P4	P5
China	100	96	80	145	252
Hong Kong	100	79	76	181	150
Portugal	100	741	224	300	442
Tailândia	100	86	69	90	121
Emirados Árabes Unidos	100	-	106	5.943	17.475
Taipé Chinês	100	108	253	242	256
Japão	100	138	128	114	80
Alemanha	100	123	54	113	166
Argentina	100	71	26	160	203
Demais Países	100	98	99	119	90
Total exceto sob análise	100	124	91	170	159
Total	100	97	81	146	248



O volume das importações de objetos de louça para mesa da origem investigada decresceu 3,7% em P2 e 16,8% em P3, sempre em relação ao período anterior. De P3 para P4 e de P4 para P5, esse volume importado aumentou 80,6% e 73,9%, respectivamente. Ao longo dos cinco períodos analisados, observou-se aumento acumulado no volume importado da origem investigada de 151,6%.

O volume importado das outras origens cresceu 23,7% de P1 para P2, diminuiu 26,3% de P2 para P3, aumentou 86,5% de P3 para P4 e decresceu 6,7% de P4 para P5. Ao longo do período de análise, observou-se crescimento acumulado no volume importado de outras origens de 58,7%.

Verificou-se ainda que, durante todo o período de análise, o volume importado pelas demais origens representou menos de 5,2% do total importado pelo Brasil. Em P5, as importações chinesas representaram 97,4% das importações totais de objetos de louça para mesa.

As importações totais, considerando a participação expressiva das importações chinesas, apresentaram evolução similar àquela evidenciada pelas importações investigadas. Nos dois primeiros períodos analisados, de P1 para P2 e de P2 para P3, verificou-se queda das importações brasileiras de objetos de louça (de 2,6% e 17,3%, respectivamente). Nos períodos seguintes, observou-se aumentos de 80,8% de P3 para P4 e de 70% de P4 para P5 nas importações totais de objetos de louça brasileiras. Considerando os extremos da série, houve aumento das importações totais de 147,8%.

5.1.2 Do valor e do preço das importações

Visando tornar a análise do valor das importações mais uniforme, considerando que o frete e seguro internacional, dependendo da origem considerada, têm impacto relevante na decisão do importador, optou-se por realizar a análise em base CIF.

Os quadros a seguir apresentam a evolução do valor total e do preço CIF das importações totais de objetos de louça para mesa no período de análise de dano à indústria doméstica.

Valor das Importações de Objetos de Louça para Mesa

Em número índice



	P1	P2	P3	P4	P5
China	100	129	109	215	375
Hong Kong	100	111	114	268	229
Portugal	100	1207	572	831	1.481
Tailândia	100	118	100	140	181
Emirados Árabes Unidos	100	-	169	2.873	9.812
Taipé Chinês	100	207	244	262	355
Japão	100	194	114	189	113
Alemanha	100	174	66	212	225
Argentina	100	70	16	149	187
Demais Países	100	94	74	100	112
Total exceto sob análise	100	165	112	197	231
Total	100	133	109	214	360

Preço das Importações de Objetos de Louça para Mesa

Em número índice

	P1	P2	P3	P4	P5
China	100	134	136	149	149



Hong Kong	100	140	150	148	152
Portugal	100	163	256	277	336
Tailândia	100	137	145	155	150
Emirados Árabes Unidos	100	-	159	48	56
Taipé Chinês	100	192	96	108	139
Japão	100	141	89	166	141
Alemanha	100	141	124	188	136
Argentina	100	99	61	93	92
Demais Países	100	96	75	84	124
Total exceto sob análise	100	134	124	116	146
Total	100	137	136	147	146



Observou-se que o preço CIF médio por tonelada das importações de objetos de louça para mesa da origem investigada aumentou em todo o período analisado, com exceção de P4 para P5, quando se manteve estável. De P1 para P2, de P2 para P3 e de P3 para P4, o preço médio aumentou 34,3%, 1,0% e 9,8%, respectivamente. Assim, de P1 para P5, o preço das importações da origem investigada acumulou aumento de 49%.

Já o preço CIF médio por tonelada ponderado de outros fornecedores estrangeiros aumentou 33,4% de P1 para P2, diminuiu 7,6% e 6,2% de P2 para P3 e de P3 para P4, respectivamente; de P4 para P5, o preço médio cresceu 26,2%. Ao longo do período de análise, o preço das importações de outras origens acumulou aumento de 45,8%.

Verificou-se que o preço CIF médio das importações da origem investigada foi inferior ao preço das importações de todas as demais origens em todos os períodos de análise de dano. No último período, em que houve aumento expressivo das importações chinesas de objetos de louça, o preço destas representou apenas 38,8% do preço médio ponderado das demais origens.

5.2 Do consumo nacional aparente (CNA)

Para dimensionar o consumo nacional aparente de objetos de louça para mesa, foram consideradas as quantidades vendidas no mercado interno pela indústria doméstica e pelos outros produtores nacionais, bem como as quantidades importadas em cada período, apresentadas no item anterior. As quantidades vendidas no mercado interno pelos outros produtores nacionais foram obtidas por meio de informações fornecidas pelo Sindilouça.

Consumo Nacional Aparente

Em número índice

Período	Vendas Internas da Indústria Doméstica	Vendas Internas dos Outros Produtores	Importações Origens Investigadas	Importações Outras Origens	Consumo Nacional Aparente
P1	100	100	100	100	100
P2	105	96	96	124	101
P3	95	80	80	91	92
P4	74	145	145	170	128



P5	87	252	252	159	186
----	----	-----	-----	-----	-----

Observou-se que o consumo nacional aparente oscilou ao longo do período de análise: aumentou 1,2% em P2, diminuiu 8,8% em P3, e cresceu 38,2% em P4 e 45,5% em P5, sempre em relação ao período anterior. Assim, em se considerando todo o período, o consumo nacional aparente aumentou 85,6%.

5.3 Da participação das importações no consumo nacional aparente

O quadro a seguir apresenta a participação das importações no consumo nacional aparente de objetos de louça para mesa.

Participação das Importações no CNA

Em número índice

Período	Vendas Internas da Indústria Doméstica	Vendas Internas dos Outros Produtores	Importações	
			Origens Investigadas	Outras Origens
P1	100	100	100	100
P2	106	103	95	122
P3	129	103	87	100
P4	101	58	113	135
P5	63	47	136	87

Observou-se que a participação das importações da China no consumo nacional aparente diminuiu em P2 e em P3, aumentou em P4 e em P5, sempre em relação ao período anterior. Assim, em todo o período, a participação das importações da origem investigada no consumo nacional aparente aumentou. Cabe destacar que em P5, a participação das importações da origem investigada alcançou sua maior participação no CNA.

Dessa forma, constatou-se que as importações da origem investigada lograram aumentar sua participação no consumo nacional, tanto de P1 para P5, quanto de P4 para P5.

Já a participação das importações das outras origens no consumo nacional aparente apresentou o seguinte comportamento: cresceu em P2, diminuiu em P3, aumentou em P4 e caiu em P5, sempre em relação ao período anterior. Considerando todo o período de análise, a participação das importações das outras origens no consumo nacional aparente diminuiu.

Verificou-se que as importações da origem investigada, em que pese as reduções observadas de P1 para P2 e de P2 para P3, aumentaram durante todo o período analisado o equivalente a [CONFIDENCIAL] kg, enquanto o consumo nacional aparente aumentou [CONFIDENCIAL] kg. Dessa forma, verificou-se que as importações chinesas lograram atender a, praticamente, todo o aumento do consumo nacional aparente observado de P1 para P5.

5.4 Da relação entre as importações e a produção nacional

O quadro a seguir indica a relação entre as importações da origem investigada e a produção nacional de objetos de louça para mesa. É importante destacar que a produção nacional apresentada a seguir engloba o volume de objetos de louça fabricado pelas empresas que compõem a indústria doméstica e pelas demais produtoras nacionais:

Importações Investigadas e Produção Nacional

Em número índice

Período	Produção Nacional	Importações Investigadas	[(B) / (A)]
	(A)	(B)	
P1	100	100	100
P2	95	96	101
P3	99	80	81



P4	96	145	151
P5	93	252	271

Observou-se que a relação entre as importações da origem investigada e a produção nacional de objetos de louça para mesa aumentou em quase todo o período de análise, com exceção de P2 para P3, quando caiu. De P1 para P2, de P3 para P4 e de P4 para P5 essa relação cresceu. Assim, em se considerando os extremos da série, essa relação acumulou aumento.

5.5 Da conclusão sobre as importações

No período de análise da existência de dano à indústria doméstica, as importações de objetos de louça para mesa a preços de dumping, originárias da República Popular da China: (a) apresentaram crescimento substancial em termos absolutos, tendo passado de [CONFIDENCIAL] kg de objetos de louça para mesa, em P1, para [CONFIDENCIAL] kg em P5, um incremento de [CONFIDENCIAL] kg. De P4 para P5, o houve aumento de [CONFIDENCIAL] kg nas importações de objetos de louça para mesa da China; (b) aumentaram substancialmente em relação ao consumo nacional aparente. Em P1, tais importações alcançaram 54,5% deste consumo e em P5, atingiram 73,9%; (c) responderam pela quase totalidade do aumento do consumo nacional aparente no período, uma vez que, de P1 para P5, este cresceu [CONFIDENCIAL] kg, enquanto as importações chinesas apresentaram aumento de [CONFIDENCIAL] kg, equivalente a 96,6% daquela expansão; (d) experimentaram crescimento em relação à produção nacional, pois em P1 representavam 94,7% desta e em P5, as importações a preços de dumping já correspondiam a 256,7% do volume total produzido no país.

Diante desse quadro, constatou-se um aumento substancial das importações objeto de dumping, tanto em termos absolutos quanto em relação à produção e ao consumo nacional aparente no Brasil.

As importações das demais origens foram progressivamente perdendo participação no total importado pelo Brasil ao longo do período analisado. Em P1, as importações das demais origens correspondiam a 20% do total adquirido externamente pelo país e, em P5, atingiram 9,4%. Além disso, as importações objeto de dumping foram efetivadas a preços CIF médio ponderados inferiores aos das demais importações brasileiras durante todo o período de análise.

6. DO DANO À INDÚSTRIA DOMÉSTICA

De acordo com o disposto no art. 14 do Decreto nº 1.602, de 1995, a análise de dano deve fundamentar-se no exame objetivo do volume das importações objeto de dumping, no seu possível efeito sobre os preços do produto similar no Brasil e no conseqüente impacto dessas importações sobre a indústria doméstica.

O período de análise de dano à indústria doméstica compreendeu os mesmos períodos utilizados na análise das importações. Assim, procedeu-se ao exame do impacto das importações analisadas sobre a indústria doméstica, tendo em conta os fatores e indicadores econômicos relacionados com a indústria em questão, conforme previsto no § 8º do art. 14 do Regulamento Brasileiro.

Os valores em reais apresentados pela indústria doméstica foram corrigidos para o período de análise de dumping, mediante a utilização do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas. De acordo com a metodologia aplicada, os valores em reais correntes de cada período foram divididos pelo índice de preços médio do período, multiplicando-se o resultado pelo índice de preços médio de P5. Essa metodologia foi aplicada a todos os valores monetários em reais apresentados nesta Resolução.

6.1 Dos indicadores da indústria doméstica

De acordo com o previsto no art. 17 do Decreto nº 1.602, de 1995, a indústria doméstica foi definida como as linhas de produção de objetos de louça para mesa das empresas Studio Tacto e Oxford. Dessa forma, os indicadores considerados nesta Resolução refletem os resultados alcançados pelas citadas linhas de produção, tendo sido verificados e retificados por ocasião da verificação in loco no produtor doméstico.

6.1.1 Do volume de vendas

O quadro a seguir apresenta as vendas líquidas de devoluções da indústria doméstica.

Vendas da Indústria Doméstica

Em número índice

	Total	Mercado Interno	(%)	Mercado Externo	(%)
P1	100	100	100	100	100
P2	95	107	112	68	71
P3	100	116	116	64	64
P4	109	127	117	66	61



P5	92	115	126	37	40
----	----	-----	-----	----	----

Em relação às vendas do produto similar para o mercado interno, de P1 para P2, de P2 para P3 e de P3 para P4, observou-se aumentos de 6,8%, 8,7% e 9,2%, respectivamente. De P4 para P5, verificou-se queda de 9%. Se comparados P1 e P5, verificou-se aumento nas vendas internas da indústria doméstica de 15,4%.

As vendas da indústria doméstica para o mercado externo apresentaram o seguinte comportamento: de P1 para P2 e de P2 para P3, constatou-se queda de 32,4% e 5,3%, respectivamente. De P3 para P4, houve crescimento de 3,2%. Já de P4 para P5, verificou-se nova diminuição de 44,6%. Assim, se comparados P1 e P5, houve queda de 63,4% nas vendas externas.

Quanto à evolução das vendas totais da indústria doméstica, de P1 para P2, observou-se queda de 5%; de P2 para P3 e de P3 para P4, houve crescimento nas vendas de 5,7% e 8,1%, respectivamente. De P4 para P5, observou-se decréscimo de 15,5%. Se comparados P1 e P5, a variação foi negativa, com queda do volume total de vendas de 8,2%.

6.1.2 Da participação das vendas no consumo nacional aparente

Participação das Vendas da Indústria Doméstica no Consumo Nacional Aparente

Em número índice

	Vendas no Mercado Interno	Consumo Nacional Aparente	Participação
P1	100	100	100
P2	107	101	105
P3	116	92	126
P4	127	127	100
P5	115	184	63



A participação das vendas da indústria doméstica no consumo nacional aparente de objetos de louça para mesa aumentou em P2 e P3, sempre em relação ao período anterior. Já de P3 para P4 e de P4 para P5, essa participação diminuiu. Assim, a participação das vendas da indústria doméstica no consumo nacional aparente acumulou redução de P1 para P5.

Dessa forma, ficou evidenciado que a perda de participação da indústria doméstica no consumo nacional aparente foi impactada pela expansão das importações a preços de dumping ocorrida no período e pela diminuição do volume de vendas destinadas ao mercado interno.

6.1.3 Da produção, da capacidade instalada e do grau de ocupação

Em relação à capacidade instalada efetiva da indústria doméstica, as petionárias esclareceram que esta era influenciada pelo mix de produtos fabricados pelas empresas.

No caso da Studio Tacto, para a apuração da capacidade instalada efetiva [CONFIDENCIAL], levando-se em consideração as paradas para manutenção dos fornos e o número de peças que podem ser queimadas, o qual depende da combinação das peças que ingressam no forno.

Já a Oxford chegou à capacidade efetiva pela divisão da capacidade nominal de cada período por 360 dias e multiplicação do resultado por 330 dias, de forma a descontar o período de férias dos funcionários das empresas. A empresa esclareceu que as capacidades nominal e efetiva podem variar de acordo com um mix de produção específico de acordo com a demanda do mercado.

Deve-se ressaltar que a indústria doméstica informou possuir equipamentos desativados em função da queda nas vendas de aparelhos de jantar, chá e café especialmente dos modelos cilíndricos, sejam em cerâmica ou porcelana.

A indústria doméstica fabricou, no período de análise de dano, outros tipos de objetos de louça com os mesmos equipamentos utilizados na fabricação do produto similar. Sendo assim, foi considerada a produção desses objetos de louça no cálculo do grau de ocupação da capacidade instalada informada.

O quadro a seguir apresenta a capacidade instalada efetiva da indústria doméstica, sua produção e o grau de ocupação dessa capacidade:

Capacidade Instalada, Produção e Grau de Ocupação

Em número índice

	Capacidade Instalada Efetiva	Produção Produto Similar	Produção Outros Produtos	Grau de ocupação



P1	100	100	100	100
P2	101	90	112	89
P3	103	98	184	96
P4	103	107	276	104
P5	104	91	1357	88

A capacidade instalada efetiva aumentou ao longo dos períodos: 0,9% de P1 para P2, 1,9% de P2 para P3, 0,6% de P3 para P4 e 0,7% de P4 para P5. De P1 até P5, a capacidade instalada efetiva aumentou 4,1%.

A produção de objetos de louça para mesa da indústria doméstica decresceu 10% de P1 para P2. Cresceu, respectivamente, 9,3% e 9,1% de P2 para P3 e de P3 para P4. De P4 para P5, entretanto, a produção caiu 15,4%. Com isso, de P1 para P5, houve redução de 9,2% na produção do produto similar pela indústria doméstica.

A análise do grau de utilização da indústria doméstica indica que: de P1 para P2 houve queda. De P2 para P3 e de P3 para P4, houve aumentos. Em P5, constatou-se decréscimo em relação à P4. Comparando-se os extremos da série sob análise, P1 e P5, constatou-se que o grau de utilização da indústria doméstica diminuiu.

Deve-se ressaltar que, mesmo considerando a fabricação de outros produtos não similares ao objeto desta investigação, constatou-se uma ociosidade de 36,7% nas plantas de indústria doméstica em P5.



6.1.4 Do estoque

O quadro a seguir apresenta a composição do estoque e estoque acumulado ao final de cada período analisado.

Composição do Estoque

Em número índice

	Estoque Inicial	Produção (+)	Importações* (+)	Vendas Prod. Própria M. Interno (-)	Revenda M. Interno (-)	Vendas Prod. Própria M. Externo (-)	Devoluções (+)	Re vendas de PS no mercado externo** (-)	Outras Saídas*** (-)	Estoque Final
P1	100	100	-	100	100	100	100	-	100	100
P2	141	90	100	107	158	68	104	100	156	55
P3	78	98	-	116	223	64	52	466	108	30
P4	42	107	-	127	56	66	70	218	75	51
P5	73	91	-	115	1	37	49	0	53	74

* As petionárias informaram que importaram pequena quantidade de produtos chineses com a intenção de “testar” o mercado, visando conseguir completar seus portfólios em pequenos nichos de mercado.

** A revenda dos produtos no mercado externo deu-se pela oportunidade de recuperação de investimento.

***As outras saídas se referem às quebras de produto contabilizadas pelas empresas durante o processo produtivo.

O volume de estoque final de objetos de louça para mesa da indústria doméstica diminuiu 44,7% de P1 para P2 e 45,9% de P2 para P3. De P3 para P4 e de P4 para P5 o volume de estoque final aumentou 72,0% e 43,8%, respectivamente. Ao se considerar todo o período de análise, de P1 para P5, o volume de estoque final da indústria doméstica do produto investigado diminuiu 26,1%.

A tabela adiante, por sua vez, apresenta a relação entre o estoque final e a produção da indústria doméstica no período considerado nessa análise.

Relação Estoque Final/Produção

Em número índice



	Estoque Final	Produção	Relação
	(A)	(B)	(A/B)
P1	100	100	100
P2	55	90	62
P3	30	98	30
P4	51	107	48
P5	74	91	82

A relação entre o estoque final e a produção da indústria doméstica decresceu de P1 para P2 e de P2 para P3. Essa relação cresceu de P3 para P4 e de P4 para P5. Dessa forma, ao se comparar P1 com P5, houve decréscimo na relação entre o estoque final e a produção da indústria doméstica.

6.1.5 Da receita líquida

Como mencionado anteriormente, para uma adequada avaliação da evolução dos dados em moeda nacional, apresentados indústria doméstica, corrigiu-se os valores correntes com base no Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna – IGP-DI, da Fundação Getúlio Vargas.

A receita líquida obtida pela indústria doméstica no mercado interno refere-se às vendas internas líquidas de tributos, de devoluções e de fretes de vendas.

Receita Líquida

Em número índice

	Receita Total	Mercado Interno	%	Mercado Externo	%
P1	100	100	100	100	100
P2	89	96	107	69	77
P3	101	116	115	55	54
P4	111	128	116	57	51
P5	94	115	122	30	32

Comparativamente ao ano anterior, a receita com as vendas internas da indústria doméstica diminuíram 4,4% de P1 para P2; cresceram 21,3%, de P2 para P3 e 10,6% de P3 para P4. De P4 para P5, observou-se novo declínio da receita em 10,3%. Se comparados P1 e P5, verificou-se aumento de 15,1% na receita líquida com as vendas destinadas ao mercado interno.

Comparativamente ao ano anterior, a receita com as vendas externas da indústria doméstica apresentou redução em quase todos os períodos: diminuiu 30,6% de P1 para P2, 21,04% de P2 para P3, aumentou 4,6% de P3 para P4 e diminuiu 47,9% de P4 para P5. Se comparados P1 e P5, observou-se redução de 70,19% na receita.

A receita total da indústria doméstica diminuiu 4,4% de P1 para P2; cresceu 21,3% de P2 para P3 e 10,6% de P3 para P4; e voltou a cair 10,3% de P4 para P5. Desse modo, a receita total da indústria doméstica cresceu 15,07% de P1 para P5.

6.1.6 Dos preços médios ponderados

Os preços médios ponderados de venda, nos mercados interno e externo, foram obtidos pela razão entre as receitas líquidas e as respectivas quantidades vendidas, apresentadas, respectivamente, nos itens 6.1.5 e 6.1.1 desta Resolução.

Como já registrado no item anterior, do preço de venda no mercado interno, foram também descontados os valores dos fretes incorridos na comercialização dos objetos de louça para mesa.

Preço Médio de Venda da Indústria Doméstica

Em número índice



	Preço (mercado interno)	Preço (mercado externo)
P1	100	100
P2	89	103
P3	100	86
P4	101	87
P5	100	81

O preço médio dos objetos de louça vendidos no mercado interno apresentou o seguinte comportamento ao longo do período de análise dano: diminuiu 10,5% em P2, aumentou 11,6% e 1,3%, em P3 e P4, respectivamente, e diminuiu 1,4% em P5, sempre em relação ao período anterior. Assim, de P1 para P5, o preço médio de venda da indústria doméstica no mercado interno diminuiu 0,3%.

Já o preço médio do produto vendido no mercado externo apresentou o seguinte comportamento: aumento de 2,5% de P1 para P2; diminuição de 16,6% de P2 para P3, aumento de 1,4% de P3 para P4 e queda de 6% de P4 para P5. Dessa forma, de P1 para P5, o preço médio de venda da indústria doméstica no mercado externo diminuiu 18,5%.



6.1.7 Do custo de produção

O quadro a seguir apresenta o custo de produção associado à fabricação de objetos de louça para mesa pela indústria doméstica.

Custo de Produção

Em número índice

Discriminação do Custo de Produção	P1	P2	P3	P4	P5
1. Custos variáveis	100	90	91	85	90
1.1. Matéria-prima	100	83	83	79	90
1.2. Outros insumos	100	98	105	97	98
1.3. Utilidades	100	94	83	78	78
1.4. Outros custos variáveis	100	88	88	81	84
2. Custos fixos	100	94	99	94	107
2.1. Mão-de-obra direta	100	94	96	93	111
2.2. Depreciação	100	108	123	100	100
2.3. Outros custos fixos	100	91	109	100	91
3. Total dos Custos de Produção (1+2)	100	92	95	89	98

Em análise à tabela anterior, pôde-se observar que o custo de produção do produto similar por quilograma diminuiu de P1 para P2, 7,9%. De P2 para P3, o custo de produção aumentou 2,8% e voltou a cair de P3 para P4, 6%. De P4 para P5, esse custo aumentou 10,1%. Se comparados P1 e P5, observou-se decréscimo de 2% no custo total de produção.

Os custos fixos tiveram elevada participação no custo de produção da indústria doméstica. Esses custos diminuíram 5,5% de P1 para P2, aumentaram 5,2% de P2 para P3, diminuíram 4,9% de P3 para P4 e aumentaram 13,6% de P4 para P5. No geral, de P1 para P5 houve aumento de 7,4% dos custos fixos.



Os custos variáveis, por sua vez, diminuíram 10,4% de P1 para P2. De P2 para P3, houve aumento de 1,2%. Observou-se novo decréscimo, de 6,3%, de P3 para P4 e depois um novo aumento, de 6,1%, de P4 para P5. Com isso, os custos variáveis diminuíram 10% de P1 para P5.

6.1.8 Da relação entre o custo e o preço

A relação entre os custos de produção e o preço indica a participação desses custos no preço de venda da indústria no mercado interno ao longo do período de análise.

Participação do Custo no Preço de Venda

Em número índice

Período	Custo de Produção (A)	Preço Líquido (B)	Relação (A/B)	
P1	100	100	100	
P2	92	89	103	
P3	95	100	95	
P4	89	101	88	
P5	98	100	99	



A relação entre o custo de produção da indústria doméstica e o preço de venda no mercado interno, aumentou de P1 para P2. Depois, essa relação diminuiu de P2 para P3 e de P3 para P4; e aumentou novamente de P4 para P5. Comparados P1 e P5, verifica-se redução na relação custo e preço da indústria doméstica.

6.1.9 Do emprego, da produtividade e da massa salarial

Os quadros a seguir mostram o número de empregados, a produtividade e a massa salarial relacionadas à produção/venda de objetos de louça para mesa pela indústria doméstica.

Número de Empregados

Em número índice

	Produção		Administração	Vendas	Total
	Direta	Indireta			
P1	100	100	100	100	100
P2	76	86	108	95	80
P3	91	93	111	98	92
P4	95	101	253	113	101
P5	87	96	238	114	94

Observou-se que o número de empregados envolvidos direta e indiretamente na produção do produto similar variou ao longo do período analisado, tendo apresentado o seguinte comportamento: diminuição 22% de P1 para P2; aumento de 16,6% e 5,2% de P2 para P3 e de P3 para P4, respectivamente; e diminuição de 8% de P4 para P5. Se comparados P1 e P5, houve decréscimo de 11,9% no número de empregados envolvidos na produção de objetos de louça para mesa.

O número de empregados na área de administração cresceu 7,5%, 3,5% e 127% de P1 para P2, de P2 para P3 e de P3 para P4, respectivamente. De P4 para P5, houve decréscimo de 6%. Se comparados P1 e P5, houve acréscimo de 137% no número de empregados da administração.

Quanto à área de vendas, observou-se queda de 5,4% de P1 para P2. Nos períodos subsequentes observou-se crescimento de 3,4% de P2 para P3, 15,5% de P3 para P4, e 0,9% de P4 para P5. Considerando todo o período analisado, isto é, de P1 para P5, houve acréscimo de 14,1% no número de empregados na área de vendas.



Referindo-se ao total de empregados, observou-se oscilação ao longo de todo o período analisado, tendo apresentado o seguinte comportamento: queda de 20,3% de P1 para P2; crescimento de 15,3% 10,2% de P2 para P3, e de P3 para P4, respectivamente; e nova diminuição de P4 para P5, de 7,4%. Assim, se comparados P1 e P5, houve queda de 6,2% no total de empregados da indústria doméstica.

A produção por empregado na linha de objetos de louça para mesa está informada na tabela abaixo:

Produtividade por Empregado

Em número índice

Período	Produção (kg)	Emprego total na produção	Produção por Empregado
P1	100	100	100
P2	90	78	115
P3	98	91	108
P4	107	96	112
P5	91	88	103



A produtividade por empregado oscilou ao longo do período analisado. De P1 para P2, houve acréscimo de 15,4% da produtividade; de P2 para P3, decréscimo de 6,3%; de P3 para P4, a produtividade da indústria doméstica aumentou 3,7% e voltou a declinar, de P4 para P5, 8,1%. Considerando-se os períodos extremos, P1 e P5, a produtividade cresceu 3,1%.

Para se chegar à massa salarial referente apenas aos objetos de louça para mesa utilizou-se a mesma metodologia da aferição do emprego, ou seja, foi feito um rateio baseado nos volumes de produção.

Massa Salarial

Em número índice

	Produção		Administração	Vendas	Total
	Direta	Indireta			
P1	100	100	100	100	100
P2	94	102	106	105	98
P3	93	102	112	122	99
P4	117	119	140	150	122
P5	120	124	158	160	127

A massa salarial relativa ao emprego direto e indireto na produção oscilou ao longo do período analisado. De P1 para P2, houve redução de 8,5%; de P2 para P3, de P3 para P4 e de P4 para P5 houve acréscimo de 4,3%, 25,1% e 1,6% respectivamente. Considerando-se os extremos do período analisado, P1 e P5, a massa salarial relativa à produção direta e indireta apresentou aumento de 21,4%.

A massa salarial relativa à administração aumentou, paulatinamente, ao longo dos períodos sob análise. De P1 para P2, de P2 para P3, de P3 para P4 e de P4 para P5 houve acréscimo de 5,7%, 5,5%, 22,9% e 13%, respectivamente. Comparados P1 e P5, a massa salarial da administração apresentou acréscimo de 60,1%.

Na área de vendas, também houve aumento constante da massa salarial. De P1 para P2, de P2 para P3, de P3 para P4 e de P4 para P5, houve incremento no gasto de salário na ordem de 5,4%, 15,7%, 22,9% e 6,8%. Considerando todo o período analisado, P1 a P5, houve aumento de 60,1% na massa salarial do setor de vendas.

Por último, a massa salarial total, de P1 para P2, registrou redução de 2,5%, enquanto que de P2 para P3, de P3 para P4 e de P4 para P5 houve acréscimo de 1,3%, 23,8% e 4,4%, respectivamente. Considerando-se todo o período analisado, P1 a P5, a massa salarial total aumentou 27,5%.



As tabelas a seguir apresentam a demonstração de resultados e as margens de lucro associadas, obtidas com a venda de objetos de louça para mesa no mercado interno.

Demonstração de Resultados

Em número índice

	P1	P2	P3	P4	P5
Receita Operacional Líquida	100	96	116	128	115
Custo dos Produtos Vendidos	100	102	118	117	111
Resultado Bruto	100	84	112	149	122
Despesas/Receitas Operacionais	100	110	64	129	135
Despesas Administrativas	100	81	100	140	166
Despesas com Vendas	100	94	98	117	120
Despesas/Receitas Financeiras	100	230	-30	126	154
Outras despesas/receitas operacionais	100	57	780	-146	-3
Resultado Operacional (6-7)	100	-2	270	214	80
Resultado Operacional, exceto RF	100	66	183	189	101



Margens de Lucro

Em número índice

Margem	P1	P2	P3	P4	P5
Margem Bruta	100	88	96	116	106
Margem Operacional	100	-1	233	168	69
Margem Operacional, exclusive RF	100	-170	410	214	24

Quando comparado ao ano imediatamente anterior, o resultado bruto da indústria doméstica diminuiu 16% em P2; cresceu 33,1% tanto em P3 como em P4; e diminuiu 18,1% em P5. Se comparados P1 e P5, o resultado bruto aumentou 21,9%.

A margem bruta diminuiu de P1 para P2; aumentou de P2 para P3 e de P3 para P4; e voltou a cair de P4 para P5. Se comparados P1 e P5, registrou-se crescimento da margem bruta.

A indústria doméstica obteve resultado operacional negativo em P2 e positivos nos demais períodos. O resultado diminuiu 101,6% de P1 para P2. Nos demais períodos, sempre em relação ao período anterior, o resultado operacional apresentou o seguinte comportamento: aumento de 171,7% em P3, em relação ao resultado negativo de P2; diminuição de 20,5% em P4 e de 62,9% em P5. Assim, de P1 para P5, o resultado operacional diminuiu 20,4%.

A margem operacional, em relação ao período anterior, diminuiu em P2; aumentou em P3; diminuiu em P4; e declinou em P5. Se comparados P1 e P5, registrou-se uma queda da margem operacional.

O resultado operacional exclusive resultado financeiro decresceu 34,1% de P1 para P2. De P2 para P3 e de P3 para P4, aumentou 177,0% e 3,4%, respectivamente. Em seguida, de P4 para P5, declinou 46,3%. Dessa forma, considerando os extremos do período analisado, P1 e P5, constatou-se crescimento de 1,4% do resultado operacional exclusive resultado financeiro.

A margem operacional, exclusive resultado financeiro, diminuiu de P1 para P2; aumentou de P2 para P3; e voltou a cair de P3 para P4 e de P4 para P5. Se comparados P1 e P5, registrou-se queda na margem operacional, exclusive resultados financeiros.

O quadro a seguir, por sua vez, indica a demonstração de resultados obtida com a comercialização de objetos de louça para mesa no mercado interno por quilograma vendido.



Demonstração de Resultados

Em número índice

	P1	P2	P3	P4	P5
Receita Operacional Líquida	100	89	100	101	100
Custo dos Produtos Vendidos	100	95	102	92	96
Resultado Bruto	100	78	96	117	105
Despesas/Receitas Operacionais	100	104	55	102	117
Despesas Administrativas	100	74	87	113	143
Despesas com Vendas	100	89	85	92	104
Despesas/Receitas Financeiras	100	211	-28	100	133
Outras despesas/receitas operacionais	100	50	650	-100	0
Resultado Operacional	100	-2	233	170	70
Resultado Operacional exceto RF	100	67	167	150	83



A demonstração de resultados obtidos com a comercialização de objetos de louça no mercado interno, por quilograma vendido, permite analisar mais detidamente a queda da massa e margens de lucro apresentadas pela indústria doméstica na comercialização do produto em questão, especialmente de P4 para P5.

A relação CPV/preço de venda, juntamente com a queda do volume de venda de 9% no mesmo período, como já mencionado nesta Resolução, explicam em grande parte a diminuição da massa de lucro (bruta e operacional) e respectivas margens verificadas em P5, em relação a e P4. A relação CPV/preço de venda foi, em P5, [CONFIDENCIAL] maior do que em P4. Tal proporção se deve tanto à redução do preço de 1,4% de P4 para P5, quanto ao aumento do CPV de 5% no mesmo período.

6.1.11 Do fluxo de caixa

O quadro a seguir mostra o fluxo de caixa apresentado pela indústria doméstica na petição para abertura da investigação. Ressalte-se que os valores totais líquidos de caixa gerados pela empresa no período, constantes desses documentos, conferiram com os cálculos efetuados a partir dos demonstrativos financeiros das empresas no período.

Adicionalmente, conforme informado pelas empresas, devido à impossibilidade de se separar os valores referentes somente ao produto similar de determinadas contas contábeis, considerou-se na análise somente o valor total líquido gerado de caixa, ou seja, considerando a totalidade das vendas das empresas.

Fluxo de Caixa

Em número índice

	P1	P2	P3	P4	P5
Atividades Operacionais					
Lucro Líquido					
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado pelas atividades operacionais					
(Aumento) Redução dos Ativos					
Contas a Receber de Clientes	100	69	77	417	50



Estoques	100	8	-307	116	193
Outras Contas a Receber					
(Aumento) Redução dos Passivos					
Fornecedores	100	-70	-363	-8	198
Outras Contas a Pagar					
Caixa Líquido Gerado nas Atividades Operacionais					
Atividades de Investimento					
Imobilizado	100	115	8	625	687
Investimentos	-	100	-	29.359	375
Outras contas					
Caixa Líquido Utilizado nas Atividades de Investimentos					
Atividades de financiamento	100	106	-15	24	3
Empréstimos e financiamentos	100	-121	722	-131	-203
Capital	-	100	-	-	-
Dividendos	100	-101	437	566	-220
Outras contas	100	100	100	75	100
Caixa Líquido Utilizado nas Atividades de Financiamento	100	106	-15	24	3



Observou-se que o caixa líquido total gerado nas atividades das empresas oscilou significativamente ao longo do período de análise de dano. A geração de caixa foi negativa em P2 e positiva nos demais períodos. As disponibilidades das empresas diminuíram 119,2% de P1 para P2 e depois aumentaram 182,8% e 859,5%, de P2 para P3 e de P3 para P4, respectivamente. De P4 para P5, esse número diminuiu 88,7%. Ao todo, de P1 para P5, houve uma diminuição líquida nas disponibilidades de 82,8%.

6.1.12 Da capacidade de captar recursos ou investimentos

Para avaliar a capacidade de captar recursos, foram calculados os índices de liquidez geral e corrente a partir dos dados relativos à totalidade dos negócios das empresas Studio Tacto e Oxford, e não exclusivamente para a produção do produto similar. Os dados aqui apresentados foram calculados com base nas demonstrações financeiras das empresas relativas ao período de investigação.

O índice de liquidez geral indica a capacidade de pagamento das obrigações de curto e longo prazo e o índice de liquidez corrente, a capacidade de pagamento das obrigações de curto prazo.

Necessidade de captar recursos ou investimentos

Em número índice

Item	P1	P2	P3	P4	P5
Índice de Liquidez Geral	100	87	93	92	94
Índice de Liquidez Corrente	100	78	80	116	114



O índice de liquidez geral diminuiu 12,7% de P1 para P2. Esse índice aumentou 6,5% de P2 para P3, diminuiu 1,5% de P3 para P4 e voltou a aumentar 3,1% de P4 para P5. Ao se considerar todo o período de análise, de P1 para P5, esse indicador decresceu 5,6%. O índice de liquidez corrente, por sua vez, apresentou o seguinte comportamento: em P2, diminuiu 21,6%, em P3 e P4 aumentou, respectivamente, 1,4% e 45,7% e, em P5 diminuiu 2,0%, sempre em relação ao período anterior. Ao se considerar todo o período, de P1 para P5, esse índice aumentou cerca de 13,6%. Assim, como não se constatou deterioração deste indicador, concluiu-se que a indústria doméstica não teve dificuldades na captação de recursos ou investimentos ao longo do período de análise de dano.

6.1.13 Do retorno sobre investimentos

O quadro a seguir mostra o retorno sobre investimentos, calculado, considerando a divisão dos valores dos lucros líquidos das empresas Studio Tacto e Oxford pelos valores dos ativos totais de cada período, constantes das demonstrações financeiras das empresas. Ou seja, o cálculo refere-se aos lucros e ativos das empresas como um todo, e não somente aos relacionados aos objetos de louça para mesa.

Retorno sobre investimentos

Em número índice

Item	P1	P2	P3	P4	P5
Lucro Líquido	100	318	-330	-481	-238
Ativo total	100	99	95	160	166
Retorno (%)	100	321	-346	-300	-143



Observou-se, primeiramente, que a taxa de retorno sobre investimento, calculada pelo DECOM da maneira acima explicada, foi negativa em P1 e P2 e positiva nos demais períodos, embora com oscilações. Ao se considerar os extremos da série, o retorno positivo dos investimentos constatado em P3 foi superior ao retorno negativo verificado em P2. Em P4, contudo, esse retorno diminuiu com relação a P3. De P4 para P5, o retorno voltou a decrescer. Comparando-se P5 a P1, o retorno sobre investimento aumentou.

6.2 Da comparação entre o preço do produto importado e o da indústria doméstica

O efeito do preço do produto importado a preço de dumping sobre o preço da indústria doméstica deve ser avaliado sob três aspectos, conforme disposto no § 4º do art. 14 do Decreto nº 1.602, de 1995.

Inicialmente deve ser verificada a existência de subcotação expressiva do preço do produto importado em relação ao produto similar no Brasil, ou seja, se o preço internado do produto importado é inferior ao preço do produto brasileiro.

Em seguida, examina-se eventual depressão de preço, isto é, se o preço do produto importado teve o efeito de rebaixar significativamente o preço da indústria doméstica. O último aspecto a ser analisado é a supressão de preço. Esta ocorre quando as importações investigadas impedem, de forma relevante, o aumento de preço, devido ao aumento de custos, que teria ocorrido na ausência de tais importações.

A fim de se comparar o preço dos objetos de louça para mesa importados da China com o preço médio de venda da indústria doméstica no mercado interno, procedeu-se ao cálculo do preço CIF internado do produto importado dessa origem no mercado brasileiro. Já o preço de venda da indústria doméstica no mercado interno foi obtido pela razão entre a receita líquida, em reais corrigidos, e a quantidade vendida no mercado interno durante o período de análise de dano.

Para o cálculo dos preços internados do produto importado da origem investigada, em cada período de análise de dano, foram considerados os preços de importação médios ponderados, na condição CIF, em reais, obtidos dos dados brasileiros de importação fornecidos pela RFB. A esses preços foram adicionados: a) o Imposto de Importação (II), considerando-se o valor unitário efetivamente recolhido; b) o Adicional de Frete para Renovação da Marinha Mercante (AFRMM), de 25% sobre o valor do frete internacional; e c) os montantes das despesas de internação, calculados com base na média dos valores para internação do produto objeto da investigação, incorridos pelos importadores que responderam ao questionário enviado, que corresponderam a 4,29% do valor CIF.

Os preços internados do produto importado da origem investigada, assim obtidos, foram corrigidos com base no IGP-DI, a fim de se obterem os preços internados em reais corrigidos e compará-los com os preços da indústria doméstica, de modo a determinar a subcotação.

Registre-se que o valor adicionado como despesas de internação aos valores CIF foi obtido com base nas respostas aos questionários dos importadores dos objetos de louça para mesa da origem investigada no último período de análise de dano, ou seja, de abril de 2011 a março de 2012, e não inclui o valor do frete interno do local de desembarque até o importador brasileiro. Importante frisar também que o preço médio da indústria doméstica não incluiu o frete interno até o comprador no território nacional.

O quadro a seguir resume os cálculos efetuados e os valores de subcotação obtidos para cada período de análise de dano à indústria doméstica.

Subcotação do Preço das Importações da China

----	P1	P2	P3	P4	P5
------	----	----	----	----	----



CIF (R\$/kg)	1,88	2,70	2,55	2,61	2,60
Imposto de Importação (R\$/kg)	0,37	0,53	0,50	0,51	0,51
AFRMM (R\$/kg)	0,10	0,12	0,08	0,10	0,07
Despesas de internação (R\$/kg)	0,08	0,12	0,11	0,11	0,11
CIF Internado (R\$/kg)	2,43	3,47	3,24	3,33	3,29
CIF Internado (R\$ corrigidos/kg)	3,16	4,03	3,71	3,62	3,30
Preço Ind. Doméstica (R\$ corrigidos/kg)	5,13	4,59	5,13	5,19	5,12
Subcotação (R\$ corrigidos/kg)	1,97	0,56	1,42	1,57	1,82

Da análise do quadro anterior, constatou-se que o preço do produto importado da origem investigada, internado no Brasil, esteve subcotado em relação ao preço da indústria doméstica em todo o período de análise de dano.

Por outro lado, o preço médio obtido pela indústria doméstica na venda dos objetos de louça para mesa no mercado interno em P5, 0,3% menor que o preço obtido em P1, e 1,4% menor que o preço obtido em P4, caracterizando, assim, a depressão deste preço. O aumento de 10,1% do custo total de P4 para P5, concomitante a uma queda de 1,4% no preço médio de venda, caracterizou a ocorrência de supressão do preço obtido pela indústria doméstica no mercado interno no período.

6.3 Da magnitude da margem de dumping

Buscou-se avaliar em que medida a magnitude da margem de dumping da empresa Guangxi Xin Fu Co., Ltd. afetou a indústria doméstica. Para isso, se examinou qual seria o impacto sobre os preços da indústria doméstica caso as exportações de objetos de louça da China para o Brasil não tivessem sido realizadas a preços de dumping.

Considerando o valor normal apurado para a Guangxi Xin de US\$ 6,17/kg, isto é, o preço pelo qual essa empresa venderia objetos de louça para mesa ao Brasil na ausência de dumping, as importações brasileiras originárias desse produtor/exportador seriam internadas no mercado brasileiro ao valor de US\$ 6,75, conforme demonstrado na tabela a seguir.

China	Guangxi Xin
Valor Normal Bruto	6,17
Frete e Seguro Internacional	0,17
Imposto de Importação	0,30
Despesas de Internação (4,29%)	0,07
AFRMM (25%)	0,04
Valor Normal CIF Internado (US\$/t)	6,75
Valor Normal CIF Internado (R\$/t)	10,93

O valor normal bruto da Guangxi Xin foi obtido a partir da resposta ao questionário do produtor/exportador de terceiro país de economia de mercado, ali considerado o preço de venda no mercado interno da Colômbia, na condição entregue ao cliente e ponderado pelo volume e características do produto (CODIP), conforme explicitado no item 4.3.1.1 desta Resolução. Os valores de frete e seguro internacional foram obtidos a partir dos dados oficiais de importação disponibilizados pela RFB (tendo sido utilizado o valor médio ponderado para a China) e os valores médios das despesas de internação a partir das respostas dos importadores ao questionário enviado (4,29%). No cálculo, considerou-se também o imposto de importação unitário efetivamente recolhido, disponibilizado nos dados oficiais de importação, o AFRMM, de 25% sobre o frete internacional, e a taxa média de câmbio do período (P5) de 1,6194.

Ao se comparar tal preço com o preço **ex fabrica** da indústria doméstica, de R\$ 5,12/kg em P5, é possível inferir que, caso a margem de dumping desse produtor/exportador não existisse, o efeito sobre o preço da indústria doméstica restaria eliminado, visto que não



ocorreria mais o fenômeno da subcotação em P5.

6.4 Da conclusão sobre o dano à indústria doméstica

Tendo em conta a deterioração dos indicadores da indústria doméstica listados a seguir, pôde-se concluir pela existência de indícios de dano à indústria doméstica no período analisado.

As vendas da indústria doméstica no mercado interno diminuíram 1.685 t (8,8%), o que acarretou perda de 8.8 % na sua participação no CNA, e a produção (em quilogramas) declinou 3.801 kg (15,4%) em P5, em relação a P4. De P1 para P5, em que pese ter havido elevação de 17,8% nas vendas destinadas ao mercado interno, verificou-se que a indústria doméstica perdeu participação no CNA ([CONFIDENCIAL]) Além disso, de P1 para P5, observou-se queda de 9,2% na sua produção e de [CONFIDENCIAL] no grau de ocupação de sua capacidade instalada.

O número total de empregados da indústria doméstica, em P5, foi 7,4% e 6,2% menor quando comparado a P4 e a P1, respectivamente. Já o número de empregados ligados diretamente à produção, em P5, foi 8% e 11,9% menor quando comparado a P4 e a P1, respectivamente.

A receita líquida obtida pela indústria doméstica com a venda de objetos de louça de mesa no mercado interno decresceu 10,3% de P4 para P5, tanto em razão da depressão verificada no preço, de 1,4%, quanto da queda do volume de venda no mesmo período. De P1 para P5, houve aumento da receita líquida com as vendas destinadas ao mercado interno da indústria doméstica, de 15,1%, que, entretanto, foi acompanhada da redução da massa de lucro e lucratividade nesse mesmo período.

O custo de produção aumentou 10,1% de P4 para P5, enquanto o preço no mercado interno caiu 1,4%. Assim, a relação custo de produção/preço aumentou no período. De P1 para P5 houve redução de 2% nos custos de produção da indústria doméstica e queda de 0,3% nos preços das vendas destinadas ao mercado interno, além de diminuição na relação custo/preço da indústria doméstica.

O resultado operacional e a rentabilidade obtida pela indústria doméstica decresceram em P5 em relação a P4. O resultado operacional verificado em P5 foi 62,9% menor do que o observado em P4. Analogamente, a margem operacional obtida em P5 diminuiu em relação a P4. De P1 para P5, o resultado operacional diminuiu 20,4% e a margem operacional apresentou redução.

6.5 Das manifestações sobre dano e nexos causal

Em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, a Irmãos Muffato & Cia Ltda. alegou que a aplicação dos direitos antidumping com relação às mercadorias voltadas às classes C e D elevaria consideravelmente o preço final do produto. Isso geraria uma redução significativa das vendas, visto que tais consumidores não teriam condições financeiras para arcar com tais custos, e induziria o consumidor ao erro, afrontando-se o Código de Defesa do Consumidor. Isso porque os preços dos produtos de menor qualidade se equiparariam aos produtos de melhor qualidade fabricados nacionalmente, dando a falsa ilusão de igualdade entre preço e qualidade.

Em sua manifestação de 26 de agosto de 2013, a indústria doméstica afirmou que a investigação feita não visa avaliar a capacidade de produção do setor nacional, mas que apesar disso, tanto as empresas que compõem a indústria nacional, quanto as empresas apoiadoras e outras empresas brasileiras do setor, possuem capacidade ociosa, e em vista da determinação de um direito antidumping, passaram a planejar a reativação dessa capacidade e até em ampliar sua capacidade de produção.

Em 12 de setembro de 2013, a empresa Brinox Metalúrgica S.A. protocolou manifestação quanto à aplicação provisória de direito antidumping, a qual seria desnecessária, tendo em vista queda nas importações de produtos chineses em P5, em relação ao período anterior. Além disso, no período entre a data de abertura da investigação e o mês de junho de 2013, as importações do produto investigado apresentariam queda ainda maior.

Em 12 de setembro e em 6 de dezembro de 2013, a empresa Brinox Metalúrgica S.A. protocolou manifestações, em que afirmou que a indústria doméstica não teria capacidade técnica/produtiva para atender a demanda do mercado brasileiro, uma vez que a gama de produtos importados seria superior aos produtos fabricados no Brasil. Logo, a indústria nacional não teria aptidão para atender as necessidades impostas pelo mercado consumidor no que tange a quantidade e variedade. Segundo a empresa, a aplicação de direito antidumping penalizaria diretamente o consumidor.

A Havan, em 17 de setembro de 2013 afirmou a necessidade de haver uma reforma tributária e logística no país, já que considera estes os reais causadores de dificuldades para as indústrias domésticas produtoras de objetos de louça.

Em 17 de setembro de 2013, a Distribuidora Quadrifoglio Comércio Importação aduziu que apontou-se vários pontos positivos para a indústria doméstica no período investigado, como aumento das vendas no mercado interno, da produtividade, receita líquida, resultado bruto e resultado operacional. No entanto, segundo ela, apenas a afirmação das indústrias nacionais de queda nas vendas de 9% entre P4 e P5 teria sido suficiente para definir que a importação estaria causando dano à indústria nacional, ou seja, ter-se-ia escolhido um subperíodo para corroborar a afirmação, mesmo com a análise de todo o período completamente contrária, demonstrando que a indústria doméstica viveria um bom momento.

A Quadrifoglio declarou que não foram analisados quais fatores foram determinantes para esse decréscimo de vendas de P4 a P5. Teria havido falta de investimento da própria indústria nacional, o que a teria tornado incapaz de atender à demanda, além de diminuição das exportações. Dessa forma, segundo a empresa, não teria sido minimamente comprovado o nexo causal entre a importação e o dano à indústria nacional. A concorrência com os importadores também não seria comprovação de dumping e o preço dos produtos importados estaria condizente com o mercado e semelhante ao preço de exportação do Brasil.

Aduziu que a presente investigação foi iniciada a pedido de duas empresas nacionais que detêm mais de 50% do mercado produtor nacional e que afirmaram que de P1 a P4 tiveram franco crescimento devido ao fechamento das demais empresas nacionais concorrentes. Quanto à queda das exportações da indústria doméstica, a empresa atribuiu o fato à restrição das importações pela Argentina, que segundo ela seria o maior mercado consumidor do produto fabricado no Brasil.

Quanto ao eventual dano sofrido pela indústria doméstica, relacionado ao suposto dumping, a Brinox afirma na sua manifestação protocolada em 06 de dezembro de 2013 que jamais contribuiu para este cenário, uma vez que importou produtos não disponibilizados



pela indústria nacional e os comercializou a preços superiores ao praticado pela indústria nacional. Nesse sentido, a empresa alega ser inaceitável que as petionárias se beneficiem com a aplicação de direito antidumping em razão de produtos que não objeto de sua produção.

Em 18 de novembro de 2013 a HCL Comércio Exterior Ltda defendeu o fim do direito provisório com a alegação de que a medida estaria provocando desabastecimento de aparelhos de jantar para as classes C e D. Também declarou que não seria verdadeira a informação de que a indústria doméstica, após a abertura do processo de investigação de dumping e aplicação da medida provisória, poderia vender seus produtos a preços que atendessem a esses mercados. Destacou que o desabastecimento do mercado provocado pela medida acabaria provocando a valorização do produto, pressionando um cenário de inflação.

Em 18 de novembro e em 17 de dezembro de 2013, a Rede Wal-Mart entendeu não ser possível afirmar claramente que o alegado dano aos fabricantes de louça nacionais tenha sido causado pelas importações dos produtos provenientes da China. A empresa considerou que, "além de o dano ser muito questionável (e não ter sido demonstrado a contento), há diversos elementos que indicam que o aumento das importações decorre de outros fatores que não a importação das louças chinesas".

Em seguida, a Rede Wal-Mart avaliou elementos relacionados à análise de dano e nexos causal, com o objetivo de demonstrar que não há motivos para a imposição de direito antidumping no presente caso.

Quanto à evolução do volume das importações investigadas e do consumo aparente, com base nos dados da petição inicial, a empresa chegou à conclusão que o consumo aparente aumentou em razão do aumento das importações chinesas e não de que as importações chinesas tenham deslocado de forma notável a produção doméstica.

A Rede Wal-Mart completou seu entendimento concordando com a indústria doméstica no que se refere ao desvio de demanda dos produtos de vidro para os de cerâmica, ocorrido em função da mudança de preços relativos entre esses produtos, e ressaltando que teria sido justamente esse desvio o motivo pelo qual o consumo aparente doméstico cresceu ao longo do período investigado, *"abastecido principalmente pela importação de produtos chineses, mais baratos, destinados às categorias C e D, como ainda ocorre na atualidade segundo as próprias petionárias"*.

A Rede Wal-Mart ainda declarou que "outro indicio de que o desvio da demanda de produtos de vidro para produtos de cerâmica foi o elemento determinante do aumento do consumo aparente doméstico é a evolução dos preços dos produtos importados sob investigação" e que, já que houve um aumento considerável dos preços dos produtos sob investigação importados da China, durante o período de análise de dano, pode-se concluir que *"o aumento das importações não decorreu do barateamento dos produtos chineses"*.

Quanto às mudanças na estrutura de oferta da indústria doméstica e na estratégia comercial das petionárias após a saída de duas empresas do mercado, a Rede Wal-Mart entendeu que alegação da indústria nacional de que essas duas empresas teriam deixado o mercado após sofrerem concorrência de produtos importados, sobretudo chineses, não procede. Isso porque, segundo a Rede Wal-Mart, *"as dificuldades dessas empresas são bastante anteriores ao período investigado e não podem ser atribuídas à insinuada prática de dumping pelos exportadores chineses"*.

Além disso, a Rede Wal-Mart não considerou condizente com o cenário de crise e pressão externa a estratégia comercial das petionárias de aumento de preços de seus produtos, após a saída de concorrentes do mercado e acrescentou que o mesmo "erro estratégico" poderia estar acontecendo atualmente, *"sendo já perceptível o aumento dos preços no mercado interno após a imposição do direito antidumping provisório"*.

A Rede Wal-Mart continuou a sua análise, afirmando que *"a evolução das vendas da indústria doméstica no mercado local deixa ainda mais evidente a ausência do alegado dano e menos ainda do nexos causal com as exportações chinesas para o Brasil"* e que *"mesmo com a significativa redução das vendas para o mercado externo, verifica-se redução de quase 30% nos estoques da indústria doméstica"*. Salientou também o fato de a receita líquida da indústria nacional haver crescido 15% no período e o de que todos os itens de custos de produção, exceto mão-de-obra direta e depreciação, sofreram redução. A empresa acrescentou que o resultado operacional em P5 foi 1,36% superior a P1 e que o lucro líquido passou de prejuízo em P1 para lucro em P5.

A Rede Wal-Mart entendeu que *"os poucos indicadores negativos à indústria doméstica parecem decorrer da piora do desempenho das vendas para o mercado externo"*, que sofreu queda de mais de 60% entre P1 e P5. A empresa ainda declarou que:

"o aumento da ociosidade, a redução da produção e produtividade por empregado na linha dedicada à fabricação de louças podem perfeitamente ser consequência da redução das exportações pela indústria doméstica que em nada refletem os preços das exportações chinesas desses produtos para o país".

Por fim, a Rede Wal-Mart requereu que o presente processo administrativo seja encerrado sem a aplicação de direito antidumping com relação às exportações de louça da República Popular da China para o Brasil, por todos os motivos apresentados acima.

Em 12 de dezembro de 2013, as petionárias Oxford Porcelanas S/A e Indústria e Comércio de Cerâmica Tirolesa (Studio Tacto) protocolaram sua manifestação final. As empresas declararam haver contribuído com extenso material para a investigação contendo argumentos fundamentados em estatísticas, argumentos de técnica cerâmica e mercadológicos, que comprovaram o dano à indústria doméstica e o nexos causal das importações de objetos de louça "dumpeadas" provenientes da China.

As petionárias acrescentaram que a determinação do dano foi comprovada na Petição Inicial e nas investigações **in loco** em todos os fatores e índices econômicos objeto de dumping e comentaram que *"não cabe tergiversar sobre números nem tentar recorrer a firulas jurídicas para provar o que não é possível de se comprovar"*.

Quanto à argumentação de algumas partes interessadas de que o dano à indústria nacional teria sido ocasionado pela queda das exportações, a Oxford e a Studio Tacto declararam que não foi esse fator isoladamente que provocou a deterioração de todos os seus indicadores.

As petionárias alegaram que o crescimento do Consumo Nacional Aparente de P1 a P5 permitiria absorver a queda nas suas exportações no mesmo período, porém isso não ocorreu devido ao crescimento de 95,88% (também de P5 em relação a P1) nas importações de objetos de louça da China.



No que se refere ao argumento de algumas partes interessadas de que houve redução no custo e o preço dos produtos nacionais não caiu, a Oxford e a Studio Tacto alegaram que “*uma rápida e simples conta de divisão, usando-se os números citados na Nota Técnica na página 90 – item 414 descaracteriza esta afirmação*”.

As petionárias afirmaram ainda que não é possível administrar mais de 60% dos custos dos produtos vendidos pela indústria doméstica (ex.: salários, gás natural e energia elétrica). Elas declararam que conseguiram ganhos de eficiência (alguns gerados por investimentos) que absorveram a alta desses custos acima da inflação do período.

Com relação à observação por parte da Le Creuset do Brasil durante a audiência final de que consta do site da Studio Tacto a frase “*Essa estratégia fez com que a empresa tivesse um crescimento impressionante, muito superior a média do setor*”, as petionárias alegaram que não se pode interpretar um texto inteiro com base em uma única passagem. As seguintes frases, também presentes no site, foram transcritas por elas:

“... Após uma participação reduzida no mercado brasileiro, a partir de 2004, iniciou um audacioso processo de modernização, com aumento de produção e melhoria da qualidade...”.

“... A Studio Tacto tem hoje uma capacidade de queima instalada de 2 milhões de peças mensais...”.

A Oxford e a Studio Tacto continuaram sua argumentação ressaltando que a referida afirmação e o volume da capacidade de produção mencionado foram feitos em 2009 (P2), como se pode notar no canto esquerdo da página citada. Acrescentaram que de 2009 até P5, a capacidade utilizada dos referidos [CONFIDENCIAL] de peças mensais caiu para cerca de 40%. Ainda, completaram que foram as importações da China que causaram tal queda.

As petionárias também responderam a declaração por parte da empresa HCL de que a aplicação do direito provisório teria provocado desabastecimento nos segmentos populares do mercado brasileiro. Elas afirmaram que não há fontes que possam fundamentar essa declaração e que ela não tem sustentação nos fatos.

Em 13 de dezembro de 2013 a Companhia Brasileira de Distribuição (CBD) alegou que a indústria nacional é incapaz de atender satisfatoriamente a demanda nacional. As importações investigadas seriam fundamentais para garantir o atendimento adequado da demanda, em termos de escala, variedade, qualidade e preço competitivo. Segundo a importadora, as importações têm função complementar em relação à produção doméstica.

Também alegou que a experiência recente com a aplicação do direito antidumping provisório demonstraria a excessividade da medida, uma vez que, além de ser questionável a existência de dano à indústria doméstica, o direito provisório não teria se limitado a neutralizá-lo, mas teria resultado na inviabilidade das importações da origem investigada. Informa a empresa que as importações brasileiras de objetos de louça para mesa originárias da China já caíram 91% (em kg), comparando-se agosto de 2013 com o mesmo mês de 2012. Tal redução já indica indícios de desabastecimento de alguns itens abrangidos pela medida antidumping, notadamente aqueles não fabricados em grande escala pela indústria doméstica.

Em 13 de dezembro de 2013 a ABCON aduziu que, embora as importações provenientes da China tenham aumentado 152% de P1 a P5, de P1 a P2 e de P2 a P3, estas diminuíram 3,7% e 16,8%, respectivamente. De P3 a P5 o câmbio tornou-se favorável às importações, o que justifica os aumentos, respectivamente, de 81% e 74%.

Outrossim, informa a Associação que os preços das importações chinesas subiram, de P1 a P5, 49%, enquanto que as demais origens praticamente acompanharam a subida com um índice de 46%. Segundo a ABCON, a pouca diferença do aumento nos preços chineses em relação aos preços das demais origens mostra que houve um padrão internacional de aumento de preços, o qual foi seguido também pelos exportadores chineses.

A ABCON informa que houve aumento de 86% no consumo nacional aparente de P1 a P5, sendo que as vendas da indústria doméstica para o mercado interno cresceram 18% no mesmo período. De P1 a P3, a indústria doméstica aumentou sua participação no consumo nacional aparente em [CONFIDENCIAL] p.p.. Porém, esses indicadores regrediram de P3 para P4 ([CONFIDENCIAL]) e de P4 para P5 ([CONFIDENCIAL]), justamente nos períodos em que o câmbio foi favorável às importações.

Segundo a Associação, em P1, as vendas para o mercado interno das Petionárias representavam [CONFIDENCIAL] do total de vendas, enquanto que aquelas destinadas ao mercado externo correspondiam a [CONFIDENCIAL]. Em P5, as vendas para o mercado interno passaram a representar [CONFIDENCIAL], enquanto que as direcionadas para o exterior se reduziram para [CONFIDENCIAL]. Essa mudança, para a ABCON, decorre da mudança de estratégia comercial empreendida pelas Petionárias que passaram a priorizar o mercado doméstico ante às vendas para o mercado externo.

Afirma a Associação, outrossim, que o aumento dos estoques observados em P1, P2 e P5 se deve à redução das vendas para o mercado externo, uma vez que as cerâmicas brasileiras perderam competitividade no mercado internacional. Ademais, ressalta a ABCON que, analisando-se de P1 a P5, o estoque final reduziu 26%, principalmente em função do aumento das vendas no mercado interno. No mesmo sentido, informa a ABCON que a capacidade instalada efetiva aumentou 104% de P1 a P5 e que a produção de outros produtos não objeto da investigação cresceu 1.257%, embora a produção de cerâmicas tenha se reduzido em 9%.

A ABCON ressalta ainda que as receitas obtidas com o mercado interno subiram 15%, de P1 a P5, enquanto que as decorrentes de transações com o mercado externo despencaram 70%. No mesmo sentido, os preços domésticos caíram apenas 2%, enquanto que no cenário internacional eles se reduziram em 20%. Ademais, os resultados bruto e operacional das Petionárias foram positivos para todos os períodos investigados e o lucro líquido teve um aumento de 338% de P1 a P5.

Por fim, ressalta a Associação que o custo da produção da indústria doméstica caiu em todos os fatores que compõem esse indicador à exceção da rubrica “custos fixos”, composta por custos com mão de obra, depreciação e outros custos fixos. Os custos com mão-de-obra direta subiram 10% de P1 a P5. Dito isso, indica a ABCON que o responsável pelo aumento dos custos fixos foi a mão de obra direta. Nesse quesito a ABCON afirma que a indústria doméstica, de P1 a P5, aumentou em 138% e 14%, respectivamente, o número de empregados alocados nos setores de administração e de vendas. No mesmo sentido, a massa salarial de seus empregados, de P1 a P5, subiu significativamente em todas as áreas: produção direta 20%, produção indireta 24%, administração 58%, vendas 60%.



A ABCON ainda destaca como outros fatores influenciadores no mercado brasileiro de cerâmicas a falta de tecnologia da indústria doméstica, a gestão familiar das empresas, bem como a perda de competitividade de seus produtos devido à falta de escala em sua produção. Acrescentou a importadora que, em P5, por exemplo, a capacidade efetiva das Peticionárias representou apenas 28% do total do consumo nacional aparente.

Diante de todo o exposto, a ABCON entende não haver dano material à indústria doméstica de cerâmicas, ademais, ainda que se admitisse a presença de eventual dano, os dados demonstram com clareza que este teria sido causado por fatores alheios à prática de dumping, leia-se: estratégia comercial das Peticionárias de priorizar o mercado doméstico devido à perda de mercado externo.

Como o Artigo 15, inciso II do Decreto nº 1.602/1995 obriga que haja dano decorrente das importações investigadas e que, no presente caso, segundo a Associação, o nexos causal entre a alegada prática do dumping e o suposto dano à indústria doméstica resta prejudicado, não há que se falar em aplicação de medidas antidumping.

Em sua manifestação protocolada em 17 de dezembro de 2013, a Shenzhen discorda dos argumentos apresentados pelas peticionárias, uma vez que não há evidências que demonstrem a influência do preço do produto importado no preço do produto doméstico, inferindo-se que as importações não se relacionam com o estado atual da indústria nacional.

Primeiramente, a empresa chinesa cita a estabilidade dos preços praticados pela indústria doméstica durante o período investigado. Conforme a Nota Técnica DECOM nº 119/2013, os preços em P1 se encontravam no patamar de R\$ [CONFIDENCIAL]/kg e, em P5, se mantiveram em R\$ [CONFIDENCIAL]/kg. Logo, não há que se falar em depressão de preços, ou seja, o preço do produto importado não produziu o efeito de rebaixar significativamente o preço da indústria doméstica.

O exportador esclarece, ainda, que não houve supressão dos preços da indústria doméstica que tenha sido causado pelas importações. Essa estabilidade de preço também se justifica porquanto não houve qualquer aumento nos custos de produção que permitisse uma elevação do preço da indústria doméstica. Pelo contrário, teria ocorrido uma diminuição nos custos de produção da ordem de 2% durante o período investigado (conforme número índice apresentado pela supracitada Nota Técnica). Justamente, a diminuição dos preços da indústria doméstica, de R\$ [CONFIDENCIAL]/kg para R\$ [CONFIDENCIAL]/kg também corresponde a uma redução de ordem de 2%.

Dessa forma, a Shenzhen entende que o preço das importações chinesas não impediu o aumento de preços da indústria nacional. Quanto à existência de subcotação, a empresa entende que não se pode considerar este único fator como imperativo para a presente análise. Assim, segundo o Decreto nº 1.602/95, a existência de subcotação de forma isolada não pode ser considerada uma indicação decisiva da existência de dano e do nexos causal correspondente.

Segundo a Shenzhen, ainda que os indicadores da indústria doméstica apresentem a existência de dano, este não estaria relacionado com as exportações chinesas de objetos de louça. Pelo contrário, o desempenho da indústria nacional estaria sendo afetado pela deterioração de suas exportações, pelos aumentos de gastos salariais, dentre outros fatores.

A fim de embasar sua opinião, o exportador comparou as vendas da indústria doméstica no mercado interno e externo. Enquanto as vendas no mercado interno apresentaram um aumento de 18% entre P1 e P5, as vendas no mercado externo despencaram, sofrendo uma queda de mais de 62%, consubstanciando em uma diminuição de volume da ordem de [CONFIDENCIAL] quilogramas. Tais indicadores são corroborados quando se analisa a receita líquida indústria nacional durante o período investigado. No mercado interno, o aumento das vendas causou uma elevação de 15% da receita líquida, ao passo que no mercado externo a receita líquida sofreu um decréscimo de 70%, conforme dados da Nota Técnica DECOM nº 119/2013. Logo, o que se verifica é que a indústria doméstica está sobrevivendo em função do aumento de suas vendas no mercado interno. Qualquer situação de dano deve ser atribuída primariamente à drástica redução de seu desempenho no mercado externo.

A exportadora também relaciona o aumento dos índices de estoque incorridos pela indústria doméstica entre P3 e P5 (de [CONFIDENCIAL] quilogramas para [CONFIDENCIAL] quilogramas) com a diminuição das vendas de exportação. Assim, esse aumento irrazoável dos estoques pode apenas ser explicado pela incapacidade da indústria doméstica de se manter competitiva no mercado externo.

Adicionalmente, o exportador citou o aumento do número de empregados relacionados às vendas e ao setor administrativo com vistas a comprovar a inexistência de dano. Tal aumento teve um reflexo imediato na massa salarial dos empregados: entre P1 e P5, a massa salarial dos funcionários ligados à administração aumentou 58,3%, enquanto que a massa salarial dos funcionários de vendas aumentou 60,1%. Este aumento em nada pode ser atribuído às importações chinesas.

Enfim, a Shenzhen entende que a indústria doméstica busca, através da medida antidumping, aumentar sua participação no mercado brasileiro, com objetivo de atenuar o prejuízo decorrido de seu mau desempenho exportador. A aplicação da medida de defesa comercial só seria possível caso fosse demonstrado que as importações chinesas de objetos de louça resultassem em dano à indústria doméstica. Uma vez que o dano não decorre dessas importações, a empresa entende que a medida antidumping proposta não pode ser aplicada.

6.6 Do posicionamento

Deve-se ressaltar, inicialmente, que as análises e conclusões em relação ao dano à indústria doméstica e ao nexos causal foram apresentadas nos itens 5 a 7 desta Resolução. Todavia, a seguir serão feitos comentários pontuais acerca das manifestações das partes interessadas, apresentadas no tópico anterior.

Cabe destacar que o fato de alguns indicadores apresentarem evolução positiva de P1 a P5 não descaracteriza o dano sofrido pela indústria doméstica. Nenhum indicador de desempenho da indústria doméstica foi decisivo, isoladamente, para levar à conclusão de dano e nexos causal, e sim o exame objetivo do volume das importações objeto de dumping, do seu possível efeito sobre os preços do produto similar no Brasil e no conseqüente impacto dessas importações sobre a indústria doméstica.

Com relação às manifestações das empresas Irmãos Muffato e HCL, ressalta-se que a aplicação de um direito antidumping não visa a uma determinada classe social, muito menos prejudicar o consumidor brasileiro. O objetivo da referida medida é neutralizar os efeitos



de práticas desleais de comércio de determinado país, ou seja, é defender os produtores nacionais contra importações realizadas em condições desleais de comércio.

Além disso, a alegação da importadora HCL de que a indústria doméstica não fabricaria produtos voltados às classes C e D não são verdadeiras, conforme pode ser constatado no tópico referente à discussão sobre o produto investigado.

A alegação da Brinox de que teria havido queda nas importações de produtos chineses em P5 em relação ao período anterior não procede, uma vez que as exportações chinesas, de P4 para P5, tiveram aumento de 74%. Com relação ao volume das importações após o final do período de P5, não são levadas em consideração essas informações para a determinação de dumping, uma vez que apenas os dados de P1 a P5 são analisados.

Com relação ao entendimento da Havan no sentido de que é necessária uma reforma tributária e logística no Brasil e que seriam esses os reais causadores de dificuldades para as indústrias domésticas produtoras de objetos de louça, essa apreciação não é de competência do DECOM, que deve restringir suas conclusões à análise de dumping, dano e nexos de causalidade.

A alegação da Distribuidora Quadrifoglio de que apenas uma afirmação referente à queda de 9% nas vendas da indústria nacional entre P4 e P5 teria sido suficiente para relacionar a importação de produtos chineses ao dano sofrido não procede, uma vez que, conforme já explicado anteriormente nesta Resolução, nenhum indicador de desempenho da indústria doméstica é analisado isoladamente para se concluir acerca da existência de dano e nexos causal.

Acrescenta-se que não é possível levar apenas um subperíodo em consideração para a existência de dano e nexos causal. Ao contrário do que afirma a empresa, o conjunto de fatores verificados não demonstra um cenário positivo para a indústria doméstica e nem um de crescimento das peticionárias, como se pode notar através da análise feita nos itens 5 a 7 desta Resolução. Ademais, a concorrência com os importadores e o preço de exportação dos produtos brasileiros não são fatores considerados para a apuração de dumping.

Referente à opinião da Rede Wal-Mart a respeito da demanda por produtos de cerâmica, da evolução do consumo aparente e sua relação com o volume das importações investigadas, reitera-se a explicação dada no item 5.3 desta Resolução. Verificou-se que as importações chinesas lograram atender a, praticamente, todo o aumento do consumo nacional aparente observado de P1 para P5, já que as importações da origem investigada aumentaram durante todo o período analisado o equivalente a [CONFIDENCIAL] kg, enquanto o consumo nacional aparente aumentou [CONFIDENCIAL] kg. A participação das vendas da indústria doméstica no consumo nacional aparente também foi reduzida em [CONFIDENCIAL] pontos percentuais, como se pode notar no item 6.1.2 desta Resolução. Ademais, análises relacionadas ao posicionamento da empresa diante da saída de duas fabricantes nacionais de louça e à estratégia comercial das peticionárias fogem à competência do DECOM.

Quanto às observações da Rede Wal-Mart de que alguns indicadores mostram-se positivos durante o período investigado, como o aumento da receita líquida e do lucro da indústria nacional entre P1 e P5, também comentado pela ABCON, é importante ressaltar que há outros fatores evidenciando o dano. Alguns exemplos mais relacionados aos pontos levantados, para o mesmo período, são: diminuição no resultado operacional, queda da margem de lucro operacional e relação CPV/preço deteriorada, todos detalhados nesta Resolução. Destaca-se que os números são ainda piores quando considerada a evolução entre P4 e P5.

Além disso, com relação à redução dos estoques, também comentada pela ABCON, é importante frisar que, da mesma maneira, a produção da indústria doméstica diminuiu no mesmo período.

Sobre a declaração da CBD de que a indústria nacional não seria capaz de atender satisfatoriamente a demanda nacional e de que as importações teriam função complementar em relação à produção doméstica, esclarece-se que a aplicação do direito antidumping não tem o objetivo de proibir as importações da origem investigada, muito menos impede as importações das demais origens, mas visa apenas a neutralizar uma prática desleal de comércio.

Ainda, com relação ao questionamento por parte da empresa quanto à excessividade da aplicação do direito antidumping provisório e a existência de dano à indústria doméstica, ressalta-se que tais questões foram devidamente tratadas e detalhadas nos itens 4 a 7 desta Resolução.

Quanto à argumentação da ABCON de que a desvalorização do câmbio teria sido o principal fato causador do aumento das importações chinesas de louça, é importante ressaltar que o câmbio, de fato, costuma influenciar os movimentos de compra e venda ocorridos entre os países. No entanto, persiste o fato de que as referidas importações aconteceram a preços de dumping. Além disso, pode-se perceber que, enquanto as vendas internas da indústria doméstica diminuíram e as importações de outras origens se mantiveram praticamente constante na participação no CNA, as das origens investigadas aumentou bastante de P1 a P5, quando alcançou sua maior margem.

Destaca-se, ainda, que a afirmação da ABCON de que a capacidade instalada efetiva da indústria doméstica teria aumentado 104% de P1 a P5 não procede. Como pode ser verificado no item 6.1.3 desta Resolução, esse aumento foi de apenas 4,1%. Mesmo assim, ressalta-se o fato de o grau de ocupação haver se mantido entre [CONFIDENCIAL] durante todo o período investigado.

Com relação à observação da ABCON para o fato de a fabricação de outros produtos haver aumentado 1.257% de P1 a P5, além de esclarecer que essa produção é bastante insignificativa em relação ao total da produção de objetos incluídos no escopo da investigação, lembra-se que essa informação não apresenta relação com a investigação e, portanto, em nada interfere na análise realizada.

Quanto aos argumentos referentes ao aumento dos custos de mão de obra, é importante frisar que uma rubrica não deve ser analisada isoladamente. Dessa forma, conforme a tabela de análise de dano, nota-se que o custo médio de produção da indústria doméstica subiu de P4 para P5, apesar da queda observada de P1 para P5. O referido aumento foi acompanhado de redução de preço no mesmo período, o que indica supressão de preço da indústria doméstica.

Esclarece-se ainda que não é de competência do DECOM analisar fatores como tecnologia e gestão das empresas.



O art. 15 do Decreto nº 1.602, de 1995 estabelece a necessidade de demonstrar o nexo causal entre as importações objeto de dumping e o dano à indústria doméstica. Essa demonstração de nexo causal deve basear-se no exame de elementos de prova pertinentes e outros fatores conhecidos, além das importações objeto de dumping que possam ter causado dano à indústria doméstica na mesma ocasião.

7.1 Do impacto das importações objeto de dumping sobre o dano à indústria doméstica

Verificou-se que o volume das importações de objetos de louça para mesa a preços de dumping, da origem investigada, aumentaram 151,6% de P1 para P5 e 73,9% de P4 para P5. Com isso, essas importações, que alcançavam [CONFIDENCIAL]% do consumo nacional aparente em P1, elevaram sua participação, em P5, para [CONFIDENCIAL]%.

Em sentido contrário, as vendas da indústria doméstica no mercado interno, muito embora tenham aumentado 17,8% de P1 para P5, diminuíram 8,8% de P4 para P5. Com isso, sua participação no consumo nacional aparente de objetos de louça para mesa, que era de [CONFIDENCIAL]% em P1, diminuiu [CONFIDENCIAL] p.p., alcançando [CONFIDENCIAL]% em P5.

A comparação entre o preço do produto da origem investigada e o preço do produto vendido pela indústria doméstica revelou que, em todo o período, aquele esteve subcotado em relação a este. Essa subcotação pode ter levado à queda do preço da indústria doméstica de P1 para P5, de cerca de 2,3% e, em cerca de 1,6%, de P4 para P5, caracterizando, assim, a ocorrência de depressão do preço da indústria doméstica.

Ademais, enquanto o custo total do produto vendido, de P4 para P5, registrou aumento de 14,5%, o preço da indústria doméstica, no mesmo período diminuiu 1,6%, caracterizando assim, supressão do preço do produto vendido pela indústria doméstica no último período de análise, de P4 para P5.

Sendo assim, pôde-se concluir haver indícios de que as importações de objetos de louça para mesa a preços de dumping contribuíram para a ocorrência do dano à indústria doméstica.



7.2 Dos outros fatores relevantes

Consoante o determinado pelo § 1º do art. 15 do Decreto nº 1.602, de 1995, procurou-se identificar outros fatores relevantes, além das importações a preços de dumping, que possam ter causado o eventual dano à indústria doméstica no período em análise.

7.2.1 Volume e preço de importação das demais origens

Ao analisarem-se o volume das importações dos demais países, verificou-se que o dano causado à indústria doméstica não pode ser atribuído a elas, tendo em vista que tal volume foi muito inferior ao volume das importações a preços de dumping em todo o período de análise. Durante todo o período analisado, as importações das demais representaram menos de representou menos de [CONFIDENCIAL]% do total importado pelo Brasil. Além do mais, o volume importado desses países, apesar de ter aumentado 58,7% ao longo do período ([CONFIDENCIAL] kg), teve sua participação no consumo nacional aparente diminuída, passando de [CONFIDENCIAL]%, em P1, para [CONFIDENCIAL]%, em P5.

7.2.2 Processo de liberalização das importações

Não houve alteração da alíquota do Imposto de Importação de 20% aplicada às importações de objetos de louça para mesa pelo Brasil no período em análise. Desse modo, o eventual dano à indústria doméstica não pode ser atribuído ao processo de liberalização dessas importações.

7.2.3 Práticas restritivas ao comércio, progresso tecnológico e produtividade

Não foram identificadas práticas restritivas ao comércio pelos produtores domésticos ou estrangeiros, nem adoção de evoluções tecnológicas que pudessem resultar na preferência do produto importado ao nacional. Os objetos de louça para mesa importados da origem investigada e o fabricado no Brasil são concorrentes entre si, disputando o mesmo mercado.

Por outro lado, a queda da produtividade da mão-de-obra de P4 para P5 pode ser explicada pelo fato de a indústria doméstica não ter conseguido diminuir o número de empregados ligados à produção no mesmo ritmo da queda verificada na produção de objetos de louça para mesa. Mesmo com demanda menor pelo seu produto, a indústria doméstica ficou obrigada a manter determinado número de empregados em sua linha de produção, de forma a manter-se operacional.

7.2.4 Contração na demanda ou mudanças nos padrões de consumo

Não ocorreu contração na demanda ou mudanças nos padrões de consumo de objetos de louça para mesa no mercado brasileiro que pudesse justificar o dano registrado pela indústria doméstica.

No período em análise, de P1 para P2, o consumo nacional aparente se manteve praticamente constante, apresentando leve expansão de 1,2%. No período subsequente, de P2 para P3, houve uma contração de 8,8%. Entretanto, essa redução evidenciada de P2 para P3 já foi superada no período subsequente, quando foi constatado aumento de 38,2% do CNA em P4. Nesse período, o CNA já se mostrou 26% superior à demanda de P2, reforçando a tendência de aumento durante o período analisado. Em P5, houve uma continuação de crescimento desse indicador, que se expandiu em 45,5% em relação ao período anterior. Assim, em se considerando todo o período, o consumo nacional aparente aumentou 85,6%.

É importante destacar que, de P1 para P5, o crescimento das importações investigadas alcançou 151,6% ([CONFIDENCIAL] kg), enquanto as vendas da indústria doméstica cresceram 17,8% ([CONFIDENCIAL] kg). Dessa forma, grande parte do crescente consumo nacional foi suprido pelo produto investigado. Além disso, verificou-se que, concomitante ao aumento das importações da origem investigada, no montante de [CONFIDENCIAL] kg evidenciou-se um aumento do consumo nacional aparente de [CONFIDENCIAL] kg.



Dessa forma, verificou-se que as importações chinesas lograram atender a, praticamente, todo o aumento do consumo nacional aparente observado de P1 para P5.

7.2.5 Desempenho exportador

Como apresentado nesta Resolução, as vendas para o mercado externo da indústria doméstica em P5 ([CONFIDENCIAL]) foram 62,7% menores que as vendas em P1 ([CONFIDENCIAL]) e 43,7% menores que as vendas em P4 ([CONFIDENCIAL]). Com isso, a participação das exportações nas vendas totais da indústria doméstica caiu de [CONFIDENCIAL]% em P1 para [CONFIDENCIAL]% em P5.

Se por um lado, essa queda do volume exportado indica que não houve fator impeditivo ao crescimento das vendas no mercado interno, por outro lado, evidencia que a deterioração dos indicadores econômicos da indústria doméstica de produção, grau de ocupação da capacidade instalada, emprego e produtividade e custo de produção, verificados no período de P1 para P5, não podem ser integralmente imputados às importações a preços de dumping da origem investigada e sim também à queda das vendas da indústria doméstica para o mercado externo.

8 DAS OUTRAS MANIFESTAÇÕES

As empresas Wal-Mart Brasil Ltda., Bompreço Bahia Supermercados Ltda., Bompreço Supermercados do Nordeste Ltda. e WMS Supermercados do Brasil Ltda., em manifestação protocolada em 23 de agosto de 2013, mencionaram que caso a medida antidumping provisória for convertida em definitiva, haverá significativo aumento nos atuais custos, que serão repassados ao consumidor final. Além do mais, os consumidores finais de menor renda buscariam alternativas para suprir sua demanda, diante da restrição de capacidade dos fabricantes nacionais, como na compra de produtos de vidro. Segundo as empresas, as indústrias do segmento exemplificado também apresentariam capacidade produtiva insuficiente para atender todo o mercado nacional, o que poderia causar elevação dos preços de tais produtos.

Por fim, nessa data e em 17 de dezembro de 2013, as empresas requereram o arquivamento da presente investigação sem imposição de medidas antidumping.

A ABCON, em manifestação protocolada no dia 16 de setembro de 2013, alegou que uma medida única aplicada de forma uniforme para todo e qualquer objeto de louça originário da China falharia ao analisar o produto de forma justa e contrariaria a prática adotada em outros casos em que o escopo da investigação se mostrou demasiado amplo. Segundo a Associação, eventual medida antidumping deveria atentar-se às principais características do produto. Nesse sentido, solicitou que o formato de um direito antidumping móvel fosse aplicado, tendo em vista que essa forma de direito também levaria em consideração as referências de comercialização dos produtos.

Na sua manifestação de 16 de setembro de 2013, a importadora Cobimex Connect Brasil Import e Export afirmou que para a caracterização de dumping, é preciso que haja três elementos: o "fato", o dano e o nexo causal:

"Nesse sentido, não há de se falar na prática de dumping diante da impossibilidade dos fabricantes nacionais suprirem a demanda do mercado interno: 1) por não conseguirem fabricar quantidade suficiente para suprir a demanda do produto; 2) de disponibilizar várias opções de produtos, cores e modelos para o consumidor; 3) praticar preços acessíveis a todas as classes sociais; 4) não realizarem a venda de produtos específicos para datas especiais como Natal, Páscoa, etc.

Apesar da análise de dumping cingir-se ao dano à indústria nacional, outros elementos deverão ser levados em consideração, sob pena de atingir outros setores da economia, como o consumidor."

E continuou afirmando que:

"Os produtos importados, mormente da República Popular da China, não concorrem com os produtos nacionais. São produtos de qualidade inferior e que se destinam à Classe B e C. Desta forma, não existe o dano, e, por conseguinte, o dumping."

Em sua manifestação de 19 de setembro de 2013, a indústria doméstica solicitou a cobrança do direito definitivo sobre os produtos importados, objetos de dumping, "*que tenham sido despachados para o consumo, até noventa dias da data de publicação das medidas antidumping provisórias*".

Em 18 de novembro de 2013 a HCL Comércio Exterior Ltda defendeu que as mercadorias desembarcadas em solo brasileiro e/ou com "DA", retidas em armazéns alfandegados e com cobertura cambial não poderiam ser abrangidas pela medida nem por direito antidumping que porventura venha a ser aplicado. Segundo a HCL, caso não ocorra a revisão, alguns importadores poderão ter prejuízos de alta monta, em valores já pagos, e impedidos de nacionalizar por conta da "Medida Provisória CAMEX nº 57". Para embasar seu pedido a importadora citou o art. 10 do GATT/ 1994, que determinaria em seu parágrafo primeiro que "*Só poderão ser aplicadas medidas provisórias e direitos anti-dumping a produtos destinados ao consumo que entrem após o momento em que entre em vigor a decisão prevista no parágrafo 1 do Artigo 7 e no parágrafo 1 do Artigo 9, respectivamente, sujeita às exceções estabelecidas neste Artigo.*"

A HCL Comércio Exterior Ltda., em 10 de dezembro de 2013, manifestou entendimento de que o direito antidumping aplicado com a RESOLUÇÃO CAMEX Nº 57, DE 24 DE JULHO DE 2013 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/1228>) não deveria se aplicar a mercadorias já desembarcadas no Brasil com Declaração de Admissão (DA) e cobertura cambial. Após a explicação apresentada acerca do tema, durante audiência ocorrida em 27 de novembro de 2013, embasada pelo Art. 8º da Lei 9.019 de 1995 – que define que o direito antidumping será aplicado sobre os bens despachados para consumo a partir da data da publicação do ato que os estabelecer –, a empresa expôs sua opinião, conforme a seguir:

"Porém, é fundamental discernirmos nosso pleito do embasamento apresentado pela mesa, haja vista que nosso pleito muito mais se baseia no fato de que produtos amparados por DAs já constituem uma pré-DI em que reconhecemos o produto importado como



pertencente ao consignatário, bem como, os respectivos exportadores já receberam os valores das mercadorias, transmitindo assim a posse das mercadorias ao importador.

Sendo assim, acreditamos que os produtos já amparados por DAs com respectiva cobertura cambial, cujos quais se tratam de um regime aduaneiro especial pela localidade da carga em EADI, não devem ser atingidos pelo antidumping.”

Em manifestação protocolada no dia 13 de dezembro de 2013 a CDB expressou o receio de que a aplicação de um direito definitivo em níveis absolutamente desarrazoados, a exemplo do direito antidumping provisório, implicaria em uma retração no consumo, no mercado doméstico, de objetos de louça devido à redução das importações.

Afirma a empresa que, aos moldes do aplicado no processo antidumping empreendido pela União Europeia (UE), por meio do Regulamento de Execução nº 412/2013 do Conselho que instituiu, em maio de 2013, direito antidumping definitivo, deveria a autoridade investigadora brasileira realizar ajustes para neutralizar os efeitos decorrentes de diferenças de características físicas, variedade de combinações (dos produtos vendidos em jogos), qualidade, canais de distribuição e marca, para levar os direitos aplicados a números mais justos e precisos. Segundo a empresa, para que haja uma comparação justa, há que se garantir que as diferenças entre os produtos objeto da investigação e os produzidos pela empresa da Colômbia sejam levadas em conta.

No processo antidumping empreendido pela UE, referente a objetos de louça,

“o preço de exportação foi ajustado em alta a fim de corresponder ao nível da categoria A chinesa, de modo a ser comparável com o produto vendido pelo produtor análogo no mercado brasileiro. O nível de ajustamento foi estabelecido individualmente para cada uma das empresas incluídas na amostra, sempre que adequado e com base na diferença de preço real e verificada entra as diferenças de categoria”

Alega a importadora que na presente investigação, assim como na europeia, os produtos chineses importados pelo Brasil possuem diferentes níveis de qualidade, não podendo ser comparados, sem os devidos ajustes de “qualidade”, aos produtos da Locería Colombiana S.A. ou os produtos da indústria doméstica brasileira. Deve-se, dessa forma, ajustar os preços de exportação para cima, individualmente, de forma a torna-los compatíveis com os produtos similares colombianos.

A CDB afirma que tendo em vista a grande variedade de combinações possíveis de conjuntos de artigos para serviço de mesa, de cerâmica, produzidos e vendidos na República Popular da China e no Brasil, faz-se mister, para garantir uma comparabilidade de preços equitativa, agrupar diferentes conjuntos com base no número e no tipo de artigos combinados num conjunto.

Segundo a empresa importadora CDB, na investigação europeia concluiu-se que a indústria doméstica brasileira produzia e comercializava apenas produtos com marca, enquanto os fabricantes chineses exportavam para a Europa produtos genéricos. No mesmo sentido, naquela investigação foi constatado que os consumidores brasileiros são sensíveis a marca, seja por sua garantia de qualidade ou pelo *design* diferenciado. Em decorrência dessas constatações foi realizado pelas autoridades europeias um ajuste de 40% para baixo no valor normal.

Aduz a CDB ser incontestável que o preço de venda de um produto de marca é mais elevado do que o de um produto idêntico sem marca. Paralelamente argui a empresa que os produtos das marcas Oxford e Schmidt têm, pela qualidade e marcas, preços naturalmente mais elevados que os provenientes da China. O mesmo raciocínio se aplica à Locería Colombiana que responde pela quase totalidade da produção da Colômbia e possui uma marca conhecida e renomada. Dessa forma, conclui a empresa que a mera comparação por CODIP, conforme a classificação adotada até o momento é insuficiente para uma comparação justa, sendo necessária a aplicação de ajuste de marca na presente investigação.

Em 19 de novembro de 2013, a Oxford Porcelanas relatou o cenário da indústria doméstica pós-direito provisório. Uma das petionárias já aumentou sua capacidade de produção em 50% e ainda aumentará outros 25% em janeiro. Somado a outras possíveis expansões, segundo ela, terá um aumento de sua capacidade de produção em torno de 150%.

Outra Peticionária viria reduzindo seus estoques e haveria planos para aumento da produção na faixa de 35%. As demais produtoras teriam relatado aumento da produção e redução do gargalo da indústria com a compra de novos fornos.

A Oxford concluiu destacando que, com as medidas tomadas até então, a produção teria se elevado, bem como a quantidade de empregos diretamente proporcionados pelo segmento. Destacou que são empregos qualificados e com maiores salários, diferentemente que empregos relacionados ao descarregamento de mercadorias importadas.

Em 12 de dezembro de 2013, as petionárias Oxford Porcelanas S/A e Indústria e Comércio de Cerâmica Tirolesa (Studio Tacto) declararam, sobre a sugestão feita pela ABCON de aplicação de um direito móvel:

“A eventual aplicação de um Direito Definitivo às importações de objetos de louça para mesa da RPC será praticamente inócua se for estabelecida por média móvel e ad valorem, pela simples razão de que as muitas empresas importadoras que atuam na informalidade (declaração de dois produtores-exportadores chineses) irão declarar valores suficientemente baixos para anular o efeito do Direito Definitivo. Com isto, na prática, será revogado qualquer efeito que poderia proteger os nacionais.”

8.1 Do posicionamento

Com relação à abrangência da aplicação da medida provisória, lembra-se que, conforme regula a Lei nº 9.019, de 1995:

“Art. 7º O cumprimento das obrigações resultantes da aplicação dos direitos antidumping e dos direitos compensatórios, sejam definitivos ou provisórios, será condição para a introdução no comércio do País de produtos objeto de dumping ou subsídio.

(...)

§ 2º Os direitos antidumping e os direitos compensatórios são devidos na data do registro da declaração de importação.”

Portanto, a cobrança do direito antidumping provisório é devido pelo importador desde a entrada em vigor da respectiva medida publicada no Diário Oficial da União, e cobrada a partir do momento do registro da declaração da importação.



Com relação à argumentação da CDB, tal assunto já foi respondido anteriormente. De qualquer forma, volta-se a esclarecer que os produtos exportados pelas empresas chinesas ao Brasil incluem tanto produtos mais simples até os mais sofisticados, assim como ocorre na empresa Corona em suas vendas no mercado colombiano. Tal fato foi comprovado pela equipe do DECOM durante verificação **in loco** nas empresas chinesas e na empresa colombiana. A título de exemplificação, pode-se demonstrar que a própria empresa Le Creuset, que comercializa apenas produtos de altíssimo valor, adquire seus produtos da China.

Quanto ao questionamento da HCL acerca da cobrança do direito provisório para mercadorias com DA e cobertura cambial, destaca-se que, com base no parágrafo §1º do art. 7º da Lei 9.019, de 1995, a cobrança do direito antidumping é de competência da Secretaria da Receita Federal – SRF, do Ministério da Fazenda, e que o parágrafo §2º desse mesmo artigo (redação dada pela Lei 10.833 de 2003) estabelece que os direitos antidumping são devidos na data do registro da declaração de importação, ou seja, quando do desembarço efetivo dos bens.

Não obstante, tendo em vista o disposto no art. 8º da mencionada Lei, o direito antidumping será aplicado sobre os bens despachados para consumo a partir da data da publicação do ato que os estabelecer. É importante frisar que não há na legislação qualquer normativa que permita isentar a cobrança de direitos dos bens despachados para consumo após a publicação do ato, mesmo que os produtos já tenham DA e cobertura cambial.

Em referência às manifestações da Rede Wal-Mart e da Cobimex acerca da capacidade futura de a indústria doméstica suprir a demanda do mercado consumidor brasileiro, ressalta-se que, além de consistir esta em uma afirmação baseada em suposições, a aplicação do direito antidumping não tem o objetivo de proibir as importações da origem investigada ou de qualquer outra origem, mas visa apenas a neutralizar uma prática desleal de comércio. Sendo assim, é possível que todos os fabricantes de louça localizados fora do território brasileiro possam comercializar seus produtos no Brasil, desde que a preços em condições de igualdade.

Esclarece-se, ainda, que não é da sua competência analisar fatores como o futuro comportamento do consumidor face à aplicação de uma medida antidumping.

Quanto aos argumentos da ABCON e da Cobimex referentes à amplitude do escopo da investigação, tipos, variedade e oferta de produtos envolvidos nela, destaca-se que esse tema foi comentado no item 2 desta Resolução.

Com relação ao pedido da indústria doméstica de se aplicar o direito retroativamente, esclarece-se que não foram preenchidos os requisitos previstos na RESOLUÇÃO CAMEX Nº 64, DE 09 DE SETEMBRO DE 2011 (<http://www.camex.gov.br/component/content/article/62-resolucoes-da-camex/991>), que disciplina a cobrança retroativa de direitos antidumping e compensatórios.

9. DA CONCLUSÃO

Consoante a análise precedente, restou determinada a existência de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa da China para o Brasil, e de dano à indústria doméstica decorrente de tal prática.

Dessa forma, propõe-se a aplicação de direito antidumping definitivo, de acordo com o art. 42 do Decreto nº 1.602, de 1995. Tal medida é necessária tendo em conta a elevação das importações objeto de dumping no período investigado e o consequente impacto sobre a indústria doméstica.

9.1 Do cálculo do direito antidumping definitivo

Nos termos do caput do art. 45 do Decreto nº 1.602, de 1995, o valor da medida antidumping tem o fim exclusivo de neutralizar os efeitos danosos das importações objeto de dumping, não podendo exceder a margem de dumping apurada na investigação.

Os cálculos desenvolvidos indicaram a existência de dumping nas exportações da China para o Brasil, conforme demonstrado a seguir:

Margem de Dumping

País	Produtor/Exportador	Margem de Dumping Absoluta (US\$/kg)	Margem de Dumping Relativa
China	Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd	5,14	498,4%
	Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory	2,76	223,6%

Cabe então verificar se as margens de dumping apuradas foram inferiores à subcotação observada nas exportações das empresas mencionadas para o Brasil, em P5. A subcotação é calculada com base na comparação entre o preço médio de venda da indústria doméstica no mercado interno brasileiro e o preço CIF das operações de exportação de cada uma das empresas, internado no mercado brasileiro.

Inicialmente, cabe ressaltar que, no caso da empresa Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory, como os dados de exportações do produto investigado reportados pela empresa ao mercado brasileiro diferiram consideravelmente dos dados oficiais de importações brasileiras fornecidos pela RFB, a margem de dumping da empresa foi calculada com base na melhor informação disponível. Assim, a Guangdong Raoping não fez jus ao cálculo da subcotação.



Com relação ao preço da indústria doméstica, considerou-se o preço **ex fabrica** (líquido de impostos e livre de despesas de frete interno). Como durante o período de investigação houve depressão desse preço, realizou-se ajuste de forma a que a margem operacional atingisse [CONFIDENCIAL]% do preço de venda no mercado interno, em P5. O valor assim obtido foi convertido de reais para dólares estadunidenses a partir da taxa de câmbio média observada no período P5 (1,7003), obtida com base nas cotações diárias obtidas no sítio eletrônico do Banco Central do Brasil. O preço **ex fabrica** ajustado da indústria doméstica em P5, alcançou assim, US\$ [CONFIDENCIAL] por quilograma.

Para o cálculo do preço internado médio dos produtos importados da empresa Guangxi Xin Fu Yuan, foi considerado o preço de importação médio ponderado, na condição CIF, obtido dos dados detalhados de importação fornecidos pela RFB em dólares estadunidenses. Em seguida, a esse valor foi adicionado o II, o AFRMM e as despesas de internação, em montante equivalente a 4,29% do preço CIF.

Com o preço CIF's internado médio, obteve-se a respectiva subcotação, conforme demonstrado no quadro a seguir. Deve ser registrado, entretanto, que o direito antidumping a ser aplicado está limitado à margem de dumping apurada, nos termos do parágrafo único do art. 42 do Decreto nº 1.602, de 1995:

Subcotação

País	Produtor/Exportador	Subcotação (US\$/kg)
China	Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd	1,84

10. DA CONCLUSÃO FINAL

Consoante a análise precedente, ficou determinada a existência de dumping nas exportações de objetos de louça para mesa da China para o Brasil, e de dano à indústria doméstica decorrente de tal prática. Assim propõe-se a aplicação de medida antidumping definitiva, por um período de até 5 anos, na forma de alíquotas específicas, fixadas em dólares estadunidenses por tonelada, nos montantes abaixo especificados.



Direito Antidumping Definitivo

País	Produtor/Exportador	Direito Antidumping (US\$/kg)
China	Guangxi Xin Fu Yuan Co., Ltd	1,84
	Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory	2,76
	Champion Enterprises International Limited; Qingdao Power Source Co.,Ltd.;	5,14
	e Dasen Industrial Co.,Limited.	
	Empresas chinesas identificadas no Anexo III e não constantes desta tabela	5,14
	Demais	5,14

O direito antidumping proposto para a empresa Guangxi Xin Fu Yuan Co.,Ltd. teve por base a subcotação do seu preço de exportação, em base CIF, internado no Brasil, em relação ao preço da indústria doméstica ajustado, como demonstrado no item 9.1, uma vez que o montante de subcotação mostrou-se inferior à margem de dumping apurada.

Para a empresa Guangdong Raoping Yuxin Ceramic Factory, o direito foi proposto com base na margem de dumping calculada de acordo com o item 4.3 desta Resolução.

No caso das empresas exportadoras chinesas, identificadas como partes interessadas no processo, mas que não foram selecionadas para responder ao questionário do exportador por ocasião da abertura da investigação, o direito antidumping proposto baseou-se na margem de dumping apurada para a empresa Guangxi Xin. Cabe ressaltar que a margem da Guangdong Raoping Yuxin não foi utilizada para o cálculo da média das demais empresas chinesas, pois a mesma foi calculada com base na melhor informação disponível.

No caso das empresas exportadoras chinesas, identificadas como partes interessadas no processo, selecionadas para responder ao questionário do exportador por ocasião da abertura da investigação, mas que não apresentaram as respostas como requerido, o direito antidumping proposto também baseou-se na margem de dumping calculada para a empresa Guangxi Xin.

Da mesma forma, aos demais exportadores chineses não identificados pelo Departamento, o direito antidumping proposto baseou-se na margem de dumping calculada para a empresa Guangxi Xin.



ANEXO III

PRODUTORES/EXPORTADORES DA CHINA

A1 Tabletop Company Ltd
Advance Gift Mfg Co.
Afro Trading (Shanghai) Co.,Ltd
Ahua Domestic Ceramics
Ai-Mei Zhang
All Clad
Amwell Industrial Development Limited
Anbo Home Goods (Shenzhen) Co. Ltd
Angels Touch Collections Co China Factory
Anho Houseware Company Limited Jiangmen
Apollo Ltd.
Arc Glassware (Nanjing) Co., Ltd
Ark International Logistics Co Limited
Artco Porcelain Arts & Crafts Mfg. Co., Ltd
Artrading Co., Ltd
Artrading Industrial Co.,Ltd.
Arts Ceramics Corp
Asda
Asian Home&Hotel Tableware Factory Union Co., Limited
Asianera Limited
Asiatek Corporation Ltd
Asin Craft Porcelain Fty
Atlas Global Hk Limited
Aviator Corp.
Award Design Apparel Inc.



Ayla (Hk) Limited
B & C Industries
Baosnahe Ceramics Park
Bebon Porcelain Industrial Co.,Limited
Beida Ceramic Factory
Bergner (Hk) Ltd.
Best Elegant International Limited
Best Source International Trading Co., Ltd.
Best Trust Export & Import Co., Ltd.
Betterway International Co., Ltd
Big Feet Ceramics
Bin Ran Yi Ceramic Manufacturer Ltd
Bmw China
Boda Ceramics Co., Ltd
Boya International Import And Export Limited
Brivogue Internacional
Brother & Sisters Ceramic Arts & Crafts Factory
Bu Xin Co.Ltd
Buji Bantain Jing Jin Travelling Bags
Buji Kilncraft Ceramics Ltd
Bvista International Trade Co., Ltd
C.Y. Housewares (Dongguan) Co Ltd
Camry International Trade Co Limited
Canrong Ceramic Craft Factory
Canton Fair Economic Development Co., Ltd.
Cao Jinlei/85287512/13819927397
Casa Bella Corporation.



Cchaozhou Huide Ceramics Pty Ltd.
Chaizhou Ronghua Ceramics Making Co.Ltd
Champion Enterprises International Limited
Changsha Ceramic Co. Ltd.
Changsha Ellen-Design Arts & Crafts Co.Ltd.
Changsha Happy Go Products Developing Co., Ltd
Changsha Hongya Ceramics Co Ltd
Changsha Jiangquan Fireworks Imp & Exp Co Ltd
Changsha Watz Zirconium Industrial Co. Ltd
Changxi Beiliu City Mingchao Porcelain Co Ltd
Chanzho U Yijiale Ceramic Product Co., Ltd
Chao An Feng Tang Hau Jia Ceramics
Chao An Lian Xing Yuan Ceramics Co. Ltd
Chao An Yong Sheng Ceramic Industry Co. Ltd.
Chao Zhou Huade Manufacture Co., Ltd.
Chao Zhou Xin Kai Porcelain Co., Ltd
Chaoan Baolida Porcelain Making Co., Ltd
Chaoan Fengtang Xiongyi Ceramics
Chao'an Fengying Daily-Used Commodity Co.,Ltd.
Chaoan Home Central Ceramics Manufacturing Co.,Ltd
Chao'an Jiazhimei Ceramics Factory
Chaoan Jinlongyi Ceramic Co., Ltd.
Chaoan Oh Yeah Ceramics Industrail Co Ltd
Chaoan Youngsheng Ceramic Industry Co.,Ltd
Chaoanrua Porcelain Co Ltd
Chaoxing (Hong Kong) Trading Limited
Chaozhon Jinhong Ceramics Making Co.,Ltd



Chaozhon Wood House Porcelain Co., Ltd.
Chaozhou Baita Ceramics N0.5 Manufactory
Chaozhou Baodayi Porcelain Co.,Ltd
Chaozhou Baode Ceramics Co., Ltd.
Chaozhou Bening Ceramics Indsutries Co.,Ltd
Chaozhou Big Arrow Ceramics Industrial Co., Ltd
Chaozhou Bomei Ceramics Manufactory
Chaozhou Boss Ceramics Co Ltd
Chaozhou Ceramics Industry And Trade General Corp., China
Chaozhou Chaoquan Caramics Industry Limited.
Chaozhou Chengxi Jijie Art & Craft Painted Porcelain Fty
Chaozhou Chengzhi Ceramics Manufactory
Chaozhou Chenhui Ceramics Co., Ltd
Chaozhou Chinasky Porcelain Co Ltd
Chaozhou Daxitai Ceramics Co., Ltd
Chaozhou Dayi Ceramics Industries Co.,Ltda
Chaozhou Dongyang Porcelain Factory
Chaozhou Dongyi Ceramics Co Ltd
Chaozhou Excel Ceramic Manufactory
Chaozhou Fairway Ceramics Manufacturing Co., Ltd
Chaozhou Fengxi Ceramics Manufacture Co., Ltd
Chaozhou Fengxi Dongtian Porcelain
Chaozhou Fengxi Fencheng Ceramics Factory
Chaozhou Fengxi Mingshun Ceramics Manufactory
Chaozhou Fengxi Porcelain Ind. Trade Imp. And Exp. Corp.
Chaozhou Fengxi Shengshui Porcelain Art Factory
Chaozhou Fengxi Wiyong Porcelain Factory



Chaozhou Fengxi Xinghua Porcelain Fty
Chaozhou Fengxi Zone Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory
Chaozhou Fengxin New Arts Porcelain Factory
Chaozhou Fromone Ceramic Co Ltd
Chaozhou Fuyutang Handicrafr Co., Ltd.
Chaozhou Henglibao Porcelain Industrial Co.,Ltd
Chaozhou Hongye Ceramic Manufactory Co., Ltd
Chaozhou Hongye Porcelain Development Co., Ltd
Chaozhou House Co., Ltd.
Chaozhou Huajia Ceramics Manufacture Factory
Chaozhou Hualida Ceramics Making Co.Ltd.
Chaozhou Huanda Ceramics Manufactory
Chaozhou J&M Ceramics Industrial Co., Ltd.
Chaozhou Ji Man Porcelain Manufactory
Chaozhou Jiabao Ceramics Factory
Chaozhou Jiahuabao Ceramics Industrial Co Ltd
Chaozhou Jiayu Ceramics Meking Co., Ltd
Chaozhou Jinfengying Decal
Chaozhou Jinhong Ceramics Making Co., Ltd.
Chaozhou Jinyuanli Ceramics Manufacture Co., Ltd
Chaozhou Kaibo Ceramics Making Co.,Ltd
Chaozhou Kedali Porcelain Industrial Co., Ltd.
Chaozhou Kingarm Center Ceramics Co., Ltd
Chaozhou Leiquan Ceramics Factory
Chaozhou Liangyi Ceramics Manufactory
Chaozhou Like Ceramics Co., Ltd
Chaozhou Lingao Ceramics Factory



Chaozhou Litai Factory
Chaozhou Loving Home Porcelain Co. Ltd.
Chaozhou Nabeisi Porcelain Manufactory
Chaozhou New Power Co Ltd
Chaozhou Pengjia Craft Factory
Chaozhou Rongxiang Daily Color Ceramic Product Factory
Chaozhou Shengyang Crafts Industrial Co., Limited
Chaozhou Shoucheng Ceramics Factory
Chaozhou Shunqiang Ceramics Making Co., Ltd.
Chaozhou Sundisk Ceramics Making Company Limited
Chaozhou Tongxing Huajiang Ceramics Making Co.,Ltd
Chaozhou Trend Arts & Crafts Co., Ltd
Chaozhou Universal Ceramics Industrial Co.,Ltd
Chaozhou Veigao Ceramic Co. Ltd.
Chaozhou Weicheng Porcelain Arts & Crafts Co.,Ltd.
Chaozhou Xiahe
Chaozhou Xiangbaosheng Ceramics Manufactory
Chaozhou Xiangfa Ceramics Co., Ltd
Chaozhou Xincheng Ceramics Co., Ltd.
Chaozhou Xinde Ceramics Craft Factory
Chaozhou Xinkai Porcelain Co Ltda
Chaozhou Xiongxing Ceramics Factory
Chaozhou Yangs Crafts Industrial Co., Limited
Chaozhou Yaran Ceramics Craft Making Co. Ltd
Chaozhou Yateni Porcelain Co Ltd
Chaozhou Yinggao Co Ltd
Chaozhou Yingtai Ceramics Co Ltd



Chaozhou Yongsheng Ceramics Manufacturing Co., Ltd
Chaozhou Yongxin Porcelain Factory
Chaozhou Yusui Porcelain Manufactory Co Ltd
Chaozhou Zhongxia Porcelain Factory Co. Ltd
Chaozhou Zhongye Ceramics Co Ltd
Chaozou Changlong Porcelain Industrial Co. Ltd.
Chazhou Fengxing New Arts Porcelain Factory
Cheerful Shen Zhen City Trade Safe And Sound Ltda
Chengdanhang I&E Co. Ltd.
Chengdu Yuguo Technology Co Ltd
Chengji Uranus Porcelain And Ceramics Shop
Chengjia (Hk) Industry Co., Limited
Chengshen Ceramics Factory Raoping Guangdong
Chenhao Artware Manufacturing Co.,Ltd
Chenli Trading Co Limited
China Besco Industrial Co., Limited
China Changsha Zhonglong Chemical Co., Ltd
China Cooperative Ind. Ltda
China Global Trading Co.,Ltd
China Jiangsu Ceremaics Imp. & Exp. (Group) Corp. Ltd
China National Light Ind.
China Pearl (Hk) Company Limited
Choise Inc.
Chongqing Light High Technology Co.Ltd
Chu Jia Crafts Businesses
Chuangxin Porcelain
Chun Xiao Ceramics (Zhong Xing Wu)



Chus Creation Company
Cingda Ceramic Crafts Factory
Circleware Overseas China Office
Cixi Kuangyan Baby Love Toy Factory
Cofco Hebei International Trading Co., Ltd
Concord Pottery Arts
Confort & Health Homeware Co., Limited
Corell Corporation
Creative Solutions International Limited
Csic Canrong Thailand Co Ltd
Culver A Modern Glass Company
Cy Houseware (Dongguan) Ltd
Cy Housewares (Dongguan) Co Ltd
D & J Int'l Co.
D And J Int'L Co
D&C Fortune Industrial Co., Ltd
Dajiaoy Porcelain And Ceramics
Dapu Taoyuan Porcelain Factory
Dasen Industrial Co.,Limited,
Dc Fortune Industrial Co Ltd
De Hua Jiamei Porcelain
Dehua Henghan Arts Co., Ltd.
Dehua Qili Arts Co., Ltd
Dengcheng
Desconhecido
Dewei Ceramic Factory
Diligent & Dadicate Industrial Co.Ltd.



Ding Mei Ceramics
Dingsheng Ceramic Factory
Dingssheng Porcelain Craftwprk
Djy International Trading Co.,Ltd.
Dolly Import & Export Limited
Dong Guan Concord
Dong Guan Yongfuda Ceramics Co.Ltd
Dongguan Choosing Porcelain Co., Ltd.
Dongguan Shijie Hingki Metal Factory
Dongguan Shilon Kyocera Optics Co., Ltd.
Dongguan Shun Sheng Ceramics
Dongguan Xiangcheng Art Pottery Co. Ltd
Dongguan Yongfuda Ceramics Co., Ltd
Dongguan Zhangmutou Gu Hang Regent (China) Metalware Manufac
Dongguan Zhenjia Metal Mfy. Ltd.
Dongguang Shun Sheng Ceramics
Dt Porcelain
E-Success (Shenzhen) Industrial Develop. Co., Ltd.
Evans Ceramics
Ever Unision
Evergrowing Industrial Co.,Ltd
Everich Housew. Co Ltd
Everrich Art Ceramics Co Ltd
Evershine Fine China Co., Ltd.
Excellent Porcelain Co.,Ltd
Fackelmann-European Quality Housewares
Factum Enterprises Ltd.



Fanfan Ceramic
Fanfan Pottery Factory
Fang Hua Craft Gifts Spends Co.,Ltd
Fanghua Articraft
Fedoll International
Feng Hua Ceramic Co. Ltd.
Fengfeng Mining District Yuhang Ceramics Co. Ltd.
Fengxi Dogtian Craft Fty3
Fengxi Youyi Porcelain Fty
Fine Casa Corporation.
Finecasa
Fineway Enterprises Ltd.
Fortune Resource International Limited.
Free Yon Ind Ltd
Fujian Casa Bonita Gift & Houseware Co., Ltd.
Fujian Dehua Baorui Ceramic Co., Ltd.
Fujian Dehua Fusheng Arts Crafts Co., Ltd
Fujian Dehua Huilong Ceramic Co., Ltd
Fujian Dehua Jiashun Arts & Crafts Co., Ltd.
Fujian Dehua Lianda Ceramic Co., Ltd.
Fujian Dehua Rongxin Ceramics Co., Ltd
Fujian Dehua Xingye Ceramics Co., Ltd.
Fujian Dehua Yonghuang Ceramic Co.,Ltd.
Fujian Dingsheng Ceramic Craft
Fujian Fuzhou West Honest Arts E Crafts Co Ltd
Fujian Jiamei Group Corporation
Fujian Profit International Trading Group Co Ltd



Fujian Quanzhou
Fujian Quanzhou Desheng Group Co., Ltd.
Fujian Quanzhou Longpeng Group Co., Ltd.
Fujian Quanzhou Shunmei Group Co., Ltd.
Fujian Quanzhou Xingda Group Corp
Fujian Rongda Ceramics&Crafts Co.,Ltd
Fulness Ceramic Co., Limited
Fun Spaces Cv
Fung Lin Wah Ent. Ltd.
Fuzhou Lichang Industry Trade Co., Ltd
G Force Far East Ltd
G&H Tea Services Lee Yuen Housewares Ltd
Gd Cp International Ltd
Gibson Overseas Inc Pacific (Tai Ping Yang) Commercial & Tra
Gibson, Inc.
Giftoys Hk Co Ltda
Globalsublimation Technology Co., Limited
Golden Touch Company Limited
Gongshi Ceramic
Good Honest Industrial Limited
Good Stand Ceramics Manufactory
Good Stand Industiral (China) Limited
Gracee Company Limited
Grand Link Enterprises Limited
Great Course Ceramics Co., Ltd.
Greater China Industries
Greenwood Housewares (Zhuhai) Ltd



Guangdong Yongjinxing (Group) Co Ltd
Guang Yang Porcelain Art Factory
Guang Yong Trading (Shanghai)Co.Ltd.
Guangdong Chaoan Feng Ye Ceramic Com. Ltd
Guangdong Chaoan Fuyang Hengfu Ceramic Manufactory
Guangdong Chaozhou Fengxi Hongcheng Decorative Factory
Guangdong Chaozhou Fengxi Huayi Porcelain Factory
Guangdong Chaozhou Youngsheng Ceramics Manufacturing Co., Lt
Guangdong Dewei Ceramic Co.,Ltd.
Guangdong Eagle Gifts., Ltd.
Guangdong Haixing Plastic & Rubber Co., Ltd.
Guangdong Jiangmen Zhonghong Metal Products Company Limited
Guangdong Junsen Porcelain Co., Ltd.
Guangdong New Century Ceramics
Guangdong Province Chao An Xian Peng Ye Crockery Co., Ltd
Guangdong Province Chaozhou Canrong Ceramic Products Factory
Guangdong Rao Ping Rao Tai Porcelain Factory
Guangdong Raoping Chengsheng Ceramic Product Facto
Guangdong Raoping Rao Thai Procelain Factory
Guangdong Raoping Raoyang X. Ceramics Factory Ltd
Guangdong Raoping Raoyang Xinwei Ceramic Factory
Guangdong Raotai Ceramics Factory
Guangdong Silique International Group Maufar Co., Ltd
Guangdong Songfa Ceramics Co Ltd
Guangdong Taopin Chengsheng Ceramics
Guangdong Xinjin Industry Co Ltd
Guangdong Yaoping Yaotai Ceramic Factory



Guangdong Yongjinxing (Group) Co., Ltd.
Guangdong Zhentong Ceramics Co Ltd
Guanghou Kinnex Hotel Supply Co. Ltd
Guangxi Beiliu Chengjia International Co., Limited
Guangxi Beiliu City Ming Chao Porcelain Co Ltd
Guangxi Beiliu Guixin Industry & Trade Co., Ltd
Guangxi Beiliu Xiongfa Ceramics Co Ltd
Guangxi Beilu Smart Porcelain Co., Ltd.
Guangxi Bobai Porcelain Factory
Guangxi Chengdahang Imp & Exp Co. Ltd
Guangxi Guici Ind Co.Ltd
Guangxi Lucky Xinda Imp&Exp Co., Ltd.
Guangxi Sanhuan Ceramic Factory
Guangxi Xim Yuan Co., Ltd
Guangyang Porcelain Artfactory
Guangzhou Changcheng Porcelain Co., Ltd.
Guangzhou Kinahoo Hotel Supply Co.Ltd
Guangzhou New Tech Handbag Factory
Guangzhou Resource Ind. Ltd.
Guangzhou Yuexin Mechanical & Electrical Equipment Imp&Exp C
Guo Guang Ceramic Group
H.Daya China Ltd.
H.F. International Industries Limited
Haihong Ceramics Making Co.Ltd
Handan Lili Porcelain Co.,Ltd
Handan Ouray I/E Co.,Ltd.
Handland Hardware Products Limited



Hangzhou Choice Trade Co Ltd
Hangzhou Everich Houseware Co.,Ltd
Hangzhou Far International Logistic Co., Ltd. Taizho Branch
Hangzhou Great Tang Imp And Exp Co., Ltd.
Hao Xing Hotels Room Article
Happy Ceramics
Harry Allen Realty
Harry Chan & Co Ltd
Hartin Corporation
Hausco Enterprise Co Ltd
He Jian MI Glassware Co. Ltd
Hebei Great Wall Co., Ltd.
Heika Global
Henan Arts And Crafts Imp. Exp. Co. Ltd.
Henan Hongda East Trade Co., Ltd.
Henan Signi Import & Export Co., Ltd
Henan Up-Triangle Trading Co., Ltd
Henan Yilong Import And Export Company Ltd.
Hengui Porcelain Plant Factory
Hero Success International Industry Co., Limited
Hit Promotional
Hognkun Ceramicware Factory
Hognmeik E Ceramic Crafts Factory
Home Essentials
Homey Houseware Company Limited
Hong Kong Real Trade Co., Limited
Hong Kong Univ Company Ltd.



Hong Kun Porcelain
Hongfan & Millennium Gifts Ltd.
Hongjiang Industrial (Shenzen) Co Ltd
Hongkong Hercules Co. Ltd.
Hongkong Huamei Industry Company Limited
Hongkong Huaye International Group Co;Limited
Hongkong Real Trade Co., Limited
Hongkun Ceramic Product Factory
Honglida Industry Co., Ltd.
Hongmeike Ceramics Factory
Hongxiang International Co Ltd
Hongyang Metal Steel Products Co., Ltd
Honour Trade Ceramic (Dong Guan) Limited Company
House & Home Inc.
House E Home Inc
Hs Bach Ware
Hu Nan Leizhen Porcelain And Ceramics
Hu Nan Ming Xiang Ceramics Co.,Ltd
Hua Ying Industrial Ceramic
Huaan Porcelain Industrial Limited
Huafu Ceramic Factory
Huajia Ceramics Manufactory
Hualida Ceramics Making Co., Ltd.
Huan Yu Ceramic Industrial Co. Ltd
Huang Xiao Zhen
Huanggang Jiazhi Textile Imports And Exports Co Ltd
Huangyan Raysun Arts & Crafts Co.,Ltd.



Huanyu Ceramic Product Factory
Huatai Ceramics
Huaxing Domestic Ceramic Factory
Huayi Porcelain Factory
Huaying Ceramics Factory
Huiyu Trading Co. Ltd.
Hunan Gaofeng Ceramic Manufacturing Co., Ltd
Hunan Huanyu Taoci Yiwu Jingxiaochu
Hunan Leizhen Porcelana Abd Ceramics Industrial Ltd
Hunan Liling Meihai Ceramic Factory
Hunan Shanmao Cartoon Co., Ltd
Hunan Xiang Ming Ceramics Co., Ltd
Hunan Xingbi Ceramic Manufacturing Co., Ltd
Hunan Yich Enterprise Corp.Ltd.
Hunun Leizhen Ceramic Articles Factory
Idesigns International Group Limited
Inhesion Industrial Co. Ltd
Innovative Sourcing Solutions
Interdesign Inc (China)
I-Ware International Co.,Ltd.
J&M Ceramics Industrial Co., Ltd.
J&S United International Co Ltd
Jade Source Porcelain Co., Ltd.
Jetyoung Int'l Technology Ltd.
Jia Cheng Pottery Co., Ltd
Jia Hao Ornaments Factory
Jiahui Ceramic Articles Factory



Jiamei Commodity Shop
Jian Jian Commodity Porcelain Factory
Jian Yuan Cedramic Co., Ltd
Jianduo Hardware Factory
Jiangmen Zhonghong Metal Products Company Limited
Jiangsu Province Ceramics Research Institute Co., Ltd.
Jiangsu Yixing Fine Pottery Group Co Ltd
Jiangxi Ceramics Exp. Corporation
Jiangxi Jinhong Trade Co., Ltd
Jianhui Ceramic Factory
Jiannan Ceramic Factory
Jianwei Commodity Ceramic Factory
Jiayi Arts & Crafts Co., Ltd
Jifa Handicrafts., Ltd. Anxi Fujian
Jin Long Yi Ceramic Co.Ltd
Jin Sha Porcelain Factory Bobai County
Jin Shenh Trading Co.,Ltd
Jin Yao Ceramic Co Ltd
Jinan Jimei Home And Gifts Co., Ltd
Jinbaichuan Porcelain Crafts Factory
Jindeli Ceramics Co. Ltd.
Jindeli Ceramics Co., Ltd.
Jing Hua Xiao Wen Qing Ceramics Co., Ltd.
Jing Ye Ceramic Factory
Jingdezhen Grand Ceramic Imp Exp Co Ltd
Jingling Ceramics Firm
Jingyao Ceramic Craft Factory



Jingyao Ceramic Limited Company
Jingyao Taoci Gongyichang Co.Ltd
Jingying Ceramic Craft Factory
Jinhang Import & Export Co., Ltd
Jinhua Chuang Neng Ceremics Factory
Jinhua Yigaoli Grafts & Gifts Co Ltd
Jinhui Knife And Scissor Co. Ltd
Jinjie Business Company
Jinjin Ceramics
Jinli Ceramics
Jinlongyi Ceramic Co., Ltd
Jinyao Ceramic Articles Factory
Joco Trading Co Limited
Join Guangzhou Plus Billion Leather Co Ltd
Jonathan Junsheng Zhang
Js Concept Solution Pvt., Ltd
Juanjuan Arts & Crafts Factory
Judy Glass Co., Ltd
Junda Ceramics
Junior Star Enterprise Co., Ltd
Junli Ceramics & Crafts Factory
K & M Werbemittel Gmbh
K & T Ceramics International Co., Ltd
Kai - Leading Imp & Exp. Co. Ltd
Kaifeng Porcelain
Kaixin Ceramic Product Factory
Kare Design Gmbh



Keneo Craft Co Ltd
Kennedy Corp
Keylink Industrial Development Company Limited
Kingland Products Limited
Kinglet Company Limited
Kingman Co Ltd
King's Ind. Co.
Kitchen Style
Koo Trading Limited
Ktm-Sportmotorcycle
Kunkun Ceramic Factory
Kyocera (Tianjin) Sales & Trading Corporation
Lanzhlyun Housecare Industry Co.
Leadtime Industrial Co., Limited
Liang Hualing
Lianjiang Golden Faith Porcelain Co., Ltd
Lianqin Ceramic Factory
Lianyungang T-H Import & Export Co., Ltd
Lianyungang Yilian International Trade Co Ltd
Life Art Inc.
Liling Daily Ceramics Co Ltd
Liling Huanri Ceramic Co. Ltd
Liling Huawang Ceramics Manufacturing Co Ltd
Liling Huawang Ceramics Manufacturing Co. Ltd.
Liling Jiahua Porcelain Manufacturing Co., Ltd
Liling Jianhua Porcelain Manufacturing Co. Ltd.
Liling Jingtao Ceramic Corporation Ltd



Liling Tungsunfuk Ceramic Co Ltd
Liling United Ceramic-Ware Manufacturing Co., Ltd.
Lin Yi Pengcheng Industrory Co., Ltd
Linkwell Industrial Limited
Linkwell Insdustrial Limited.
Linyi Enjoy Business International Co., Ltd
Linyi Hongshun Porcelain Co.,Ltd
Linyi Ruunfa Porcelain Co., Ltd
Linyi Sunny Ceramics Co., Ltd.
Linyi Tongfa Porcelain Co., Ltd
Linyi Tongji Trading Co., Ltd
Linyi Wanqiang Co., Ltd.
Linyi Enjoy Business International Co., Ltd.
Liuli
Longhu Yongqing Ceramic Factory
Longshen Ceramics Manufacture Fty
Lopo Technology Co. Ltd
Loveramics
Loving Home Collection
Luo Hong Gang
Luoyang Red Star Ceramic Inc
Lyyns Concepts Ltd
Mabo Art & Ceramics Co.,Ltd
Maoxing Ceramic Products Co.
Market Union Co Ltd
May's Zona Libre S.A.
Mbb Factory



Mbb Trading Limited
Mbr Corp
Mei Fang Porcelain (Luo Jin Zhong)
Mei Fang Zi Sha
Microtec Technology Company Limited
Ming Xiang Ceramics Co., Ltd.
Mingxi Jinhui Trade Co., Ltd
Mirabell International Trading Ltd
Miro Metals Corporation.
Moda Fina, Inc
Mud Pie
Multi Chanel Co., Ltd
N/Informado
Nanfang Gifts Industry Co., Ltd.
New Harbour Enterprise Co., Ltd
New Lucky Pacific Ltd
New Wish Xiamen Industrial Co
Nicechina Ceramics Int'l Co.Ltd
Niceton Mark Huaguang Ceramic Ltd.
Ningbo Appliances Co., Ltd
Ningbo B&B International Trading Co. Ltd
Ningbo Chinwe Gifts Manufacturing Co.,Ltd
Ningbo Chun Tian Co., Ltd.
Ningbo Wellmax Co.Ltd
Ningbo Xing Zhongtian Co., Ltd.
Ningbo Yinzhou Baize Imp Exp Co Ltd
Ningbo Zhongda Customs Co. Ltd.



Ningbo yin zhou Baize Imp & Exp Co Ltd
Norinco Zhanjiang Development Corp.Ltda.
Octe Ceramic Handcraft Product Factory
Opus Design Ltd
Penta Asia Limited
Perfect Demand
Pingping Ceramic Product Factory
Pioneer Gift Co. Ltd
Polardream Limited
Polydor International Trading Limited
Poyang County yilirong Import And Export Trade Co., Ltd
Procorp Asia Limited - Progressive Intl
Promotional Partners Group Ltd
Pujiang East Imp & Exp. Co., Ltd.
Pumei Industry E Trade Co., Limited
Purple Parrot Ltd
Putian Municipality Mingyuan Arts Development Co., Ltd
Qianni Ceramic Firm
Qidong International Masalin Ceramics Ltd
Qing Dao Ou-Jia International Co. Ltd.
Qingdao Bowon Art Crafts Co Ltd
Qingdao Huigaomei Import And Export Co Ltd
Qingdao Huiyuanfeng Import & Export Co., Ltd
Qingdao Junjihui International Co Ltd
Qingdao Lifestyle Internacional Co. Ltd
Qingdao Ou-Jia International Co., Ltd.
Qingdao Power Source Co., Ltd.



Qingdao Xinxinjia International Trading Co., Ltd
Qingdao Xinyongan Industrial Corporation Ltd.
Qingdao Yijia E.T.I I/E Co.,Ltd
Qingxin Ceramics Products Factory
Quangxi Chengdahang Imp. And Exp. Co. Ltda
Quanzhou Huamei Plastic Products Co., Ltd
Quanzhou Jianwen Craft Co. Ltd
Quanzhou Qingyi Ltd
Quanzhou Shuntong Craft Co., Ltd.
Quanzhou Sunny Craft Co.,Ltd.
Qingdao Glass Industrial Co.
Rainbow Trading Company
Raoping Cheng Sheng Ceramics Guangdong
Raoping County Liyuan Ceramics Factory
Raoping County Liyuan Limited
Raoping County Xiangyuan Industrial & Trading Co., Ltd
Raoping Guangyufa Porcelain Factory
Raoping Raotal Ceramic Factory
Raoping Raoyang Shuidong Huasheng Ceramics Factory
Raoping Shengjia Crafts And Art Ceramic Factory
Raoping Shun Hui Ceramics Co. Ltd.
Raotai Ceramic Factory
Raoyang Ceramic Industry
Raylon Enterprise Co., Ltd.
Real Trading Company
Resta International Trading Co., Limited
Richfine Industries Limited



Rika Ceramics Limited'
RI Industry Co Ltd
Rong Chang Craft Ceramic Co.,Ltd
Rong Xiang Ceramic Fatory
Ronghua Ceramic Articles Factory.
Rongtai Porcelain Industry Co., Ltd
Rongxing Porcelain Co.,Ltd
Rongxuan Ceramic& Crafts Factory.
Royal Line Corp.
Rslee Ceramics Co, Ltd.
Rui Hua Tao Ci Chen Jian Neng
Rui Si Li Ceramic Miss Zhao
Rui Sili Porcelain Factory
Ruihua Ceramic
Ruisi Li Ceramics Factory Limited
Runxiang Ceramics Fty
Russ Berrie Us Gift Inc
Safetyrich Enterprise Limited
Saikai Toki Co., Ltd.
Sakura Cia Ltd
Sam Choan Plastic Industrial
San Hua Ceramics Industrial Co., Ltd
San Xing Porcelain
Sanhua Ceramic Industrial Co.,Ltd
Sanwohe Industries Corp
Sanxing Ceramics
Sao-Miguel Enterprise Co Ltd



Sdf International Trading Co Limited
Sellers Union Co., Ltd
Senhua Ceramic Industrial Co., Ltd
Seven Middle Street
Shandong Boshan Ceramics Co.,Ltd
Shandong Communications Imp & Exp Co.,Ltd
Shandong Huaming International Trading Co., Ltd.
Shandong Huapeng Glass Co., Ltd
Shandong Kunlun Ceramic Co. Ltd
Shandong Laizhou Laiyi Arts & Crafts Imp. & Exp. Co., Ltd.
Shandong Zhongyi Macca Light Industrial Products Co.,Ltd
Shanghai Evergreen Co.,Ltd
Shanghai Hercules Industry Co., Ltd
Shanghai Huge Scents Factory
Shangong Kunlun Ceranic Co., Ltd
Shantou Ceramics Industry Supply Marketing Corp
Shantou Right Trade Company Limited
Shanzhen Top Colour Trading Co., Ltd
Shaoxing County Hongnan Textile Co Ltd
Shen Zhen Hang Jin Trade Co., Ltd.
Shen Zhen Ji Shi Teng Hui Porcelain Co Ltd
Shen Zhen Jindachang Commerce Co., Ltd.
Shen Zhen Topchoice Industries Ltd
Shen Zhen Yang Feng Industrial Co. Ltd
Shen Zhen Yangfeng Industrial Co., Ltd.
Shen Zhen Zhan Peng Xiang Ind Co Ltd
Sheng Jiun Enterprise Co., Ltd.



Sheng Peng Ceramic Factory
Sheng Tang Tao Ci Industrial Co., Ltd
Shengda Industrial Company Ltd.
Shenzen Gofortun Industries Co, Ltd.
Shenzen Yijun Ceramics
Shenzhen Always Houseware Co., Ltd
Shenzhen Baoshengfeng Imp & Exp Co., Ltd.
Shenzhen Best Fame Industrial Co Ltd
Shenzhen Bishan Import And Export Company
Shenzhen Ci Shi Tenghui Porcelain Co., Ltd.
Shenzhen City Kant Prospers In Business Trade Ltd
Shenzhen City Prospers In B. B. Nice China Com. Trade Ltd
Shenzhen Dark Getting Good Imp And Exp Co, Ltd
Shenzhen Donglin Industry Co Ltd
Shenzhen Fairway Fine China Co., Ltd.
Shenzhen Foreign Trade Export
Shenzhen Fuweifu Trade Co. Ltd
Shenzhen Fuxingye Import & Export Co.,Ltd
Shenzhen Ganglianfa Import & Export Co Ltd
Shenzhen Gofortun Industries Co., Ltd
Shenzhen Grand Collection Industrial Co Ltd
Shenzhen Greatfavonian Eletronic Factory
Shenzhen Guangyang Porcelain Fty
Shenzhen Guangyuntong
Shenzhen Hengxingli Imp E Exp Co Ltd
Shenzhen Hongxingyu Imp & Exp Co. Ltd
Shenzhen Inshine Industry Co., Ltd



Shenzhen Jane's International Freight Forwarding Co., Ltd.
Shenzhen Jia Shun Imp & Exp. Co, Ltd (China)
Shenzhen Jiaxinglongn Import And Export Co., Ltd.
Shenzhen Jin Cheng Xing Industry Co. Ltd.
Shenzhen Jin Hai Jing Technology Co., Ltd.
Shenzhen Jingtaiwei Trading Co.,Ltd
Shenzhen Jingya Shishang Handicraft Co
Shenzhen Jinhaoli Trading Co Ltd
Shenzhen Jixiangsheng Industry Co Ltd
Shenzhen Juzhntao Ceramic Enterprise Develop
Shenzhen Juzhutaο Enterprise Development Co Ltd
Shenzhen Kay Electronic Co., Ltd
Shenzhen Kinlan Technogy Co., Ltd.
Shenzhen Mbb Enterprises Co Ltd
Shenzhen Pengfeng Ceramics Co.,Ltd
Shenzhen Pengshengyaun Import & Export Co. Ltd
Shenzhen Pengyun Imp & Exp. Co., Ltd
Shenzhen Powerful Ceramics Co., Ltd
Shenzhen Quanxu Trade Co., Ltd
Shenzhen Rongshengyuan Trade Co Ltd
Shenzhen Shihui Imports & Exports Co., Ltd
Shenzhen Shuangyangcheng Trading Co., Ltd
Shenzhen Silkroad Guangzhou Branch
Shenzhen Sunlinter Industrial Co., Ltd
Shenzhen Tao Hui Industrial Co., Ltd
Shenzhen To Run-Import&Export Co., Ltd
Shenzhen Top Colour Trading Co., Ltd



Shenzhen Top Suan Porcelain Co., Ltd
Shenzhen Top Sun Porcelain Co., Ltd.
Shenzhen Toptrend Industrial Co., Ltd
Shenzhen Universal Industrial Co., Ltd.
Shenzhen Wei Yu Xing Trading Co., Ltd
Shenzhen Wonderful Crafts Co.,Ltd
Shenzhen Xinhuida Trade Co.,Ltd
Shenzhen Yanghuiyuan Trade Co.,Ltd
Shenzhen Yijun Ceramics Co Ltd
Shenzhen Yinquan Water Treatment Equipment Co., Ltd.
Shenzhen Yongxingxiang Industrial Development Co., Ltd
Shenzhen Zengxing Ceramics Co., Ltd.
Shenzheng Yuking Trading Co. Ltd.
Shezhen Everygrowing Co., Ltd
Shezhen Fuxingye Import Co., Ltd-Fosuny
Shezhen Hongxingyu Imp E Exp Ltd
Shezhen Mbb
Shezhen Yuking Trading Co. Ltd
Shimei International Trading Co Ltd.
Shine Land Inc
Shining Sun International Limited
Shizen Gottawa Industrial-Shennam Avenue Shezen
Shuang Jun Day General Manufacturer Ltd
Shunbiao Ceramic Favtory
Shunde Tex. Imp. And Exp. Of Guangdong
Siblings Pottery Factory
Simplylite Inc.



Sing Hong Ceramic Ltd.
Singbee Porcelain Co.
Sinoglass Housewares Company Ltd
Sin-Yih Pottery Co. Ltd.
Sister And Brother Ceramic Factory
Skiway Enterprise Group Limited
South Ocean Hotel Device Produce Co.,Ltd
Sparkle Way Limited
Springat Zhejiang S.F. And G.A.T Houseware
Sun Asia Trade Limited
Sun Fly International Business Development Ltd
Sunflower Company
Sunidea Co., Ltd.
Sunloong International Enterprise Co., Ltd
Suzhou Huazhong Stationery Co., Ltd
Taiwan Melamine Products Industrial Co.,
Talent - Expo International C.O., Limited
Tan Za Industrial
Tangshan C&M Trading Co.,Ltd.
Tangshan Ceramic Imp&Exp Trading Co., Ltd
Tangshan Chinawares Trading Co., Ltd.
Tangshan City Fengnan District Foreign Trade Center
Tangshan Daxin Ceramics Co.,Ltd
Tangshan Huyuan Bone China Co.,Ltd.
Tangshan No.2 Porcelain Factory
Tangshan Yida Ltd
Tangshan Yuxiang Ceramic Industry Co Ltd



Tangshuan Huilida Ceramics Co.,Ltd.
Taoyuan Ceramics
Tbc Group Limited
Teduka Shoji Co Ltd
Teng Hui Enterprise Development Limited
Teng Yi International Trading Limited
The China China Homewares Co
The Kampo Trading Co.
The Memory Company Llc
The Wasserstrom Company
Tian Shun Ceramics
Tian Yuan Ceramics Factory Chaozhou
Tianxin Ceramics
Tianyuan Ceramic Product Factory
Tien Chen Factory Ltd
Tong Yu Porcelain
Tongchuan Qinmei Ceramics Co., Ltd
Top Century Asia Pacific Ltd
Top Good Trading
Trueland Industrial Limited
Union Linker Industrial Ltd
United Ceramic - Ware Manufacturing Co., Ltd
v
Veneza Inc Company
Vim-Art International Corp.
Vontop International (HK) Co., Ltd
V-Sheng Trading Co. Ltd.



Wa Li Te Huang Li Chu
Wall Decor
Wang Haiyan/Rslee Ceramics Co.,Ltd
Wang Yanhong/15805792548 13967412928
Wbk Ltd
Wei Shen Porcelain
Weijian Ceramic Industrial Co.,Ltd
Weilong Ceramic Crafts Factory
Weiye Ceramics Co Ltd
Wenko-Wenselaar Gmbh & Co Kg
Weqian Craftwork
Wespex Ltda
West Ltda
Westpex Ltd
Wetpex Ltda
White Rose Ceramics And Porcelain Industry Ltd
Wilmax Limited
Wing Wei Ceramic Factory
Winpat Industrial Co. Ltd.
Winpatt Industrial Co., Ltd
Wmf (He Shan) Manufacturing Company Limited
Woosung Enterprise Co.,Tda
World Collection Co.
World Land Industrial Company
Wu Jinqiing
Wu Jinqiinq
Wuanlong Ceramics Factory



Wuxi Sanwa Plastics, Co., Ltd
Xiamen Aiderin Imp. And Exp. Co., Ltd.
Xiamen Allskill
Xiamen Chong Shang Co., Ltd.
Xiamen Five Continents International Co., Ltd.
Xiamen Hua Min Import And Export Co. Ltd.
Xiamen Jinuafang Trade Co Ltd
Xiamen Johnchina Fine Polishing Tech Co., Ltd
Xiamen Plus Wealth Trading Co., Ltd.
Xiamen Sky Arts Co., Ltd
Xiamen Xi Chong Co., Ltd.
Xiamen Xiaquan Import And Export Trading Company
Xiamen Yun Gao Co., Ltd.
Xianfeng Ceramic Manufacturing Co Ltd
Xiang Mei Ceramics
Xiang Mei Inside Carve Hand Work Factory
Xiang Yu Ceramic
Xiangmei Hardware Trade Co. Ltd
Xiangyu Ceramics
Xin Chang Shu
Xin Jiu Ceramics Chen Yu Hui
Xin Xing Xian Xin Jiang Pottery Co., Ltd.
Xin Yu Daily Porcelains
Xing Bi Ceramics Factory
Xing Wei Ceramic Factory
Xing Yuan Daily-Use Ceramics Shop
Xingbi Ceramic Limited



Xingda Ceramics Factory
Xingrong Gift Co.,Ltd
Xingwei Ceramic Factory
Xinhua Sheng Ceramic
Xinhuasheng Ceramic Craft Factory
Xinxin Ceramic Ware Factory
Xiong Bo Stationary Shop
Xiong Mei Inside Carve Handi Work Factory
Xiongmei Ceramics
X'mas Tinsel: Tianjin Shi Heng Xin Christmas Handicraft Pro
Xuanxuan Craft Factory
Xuanxuan Handi Craft Product Store
Xuchang Jianxing Porcelain Products Developing Co., Ltd.
Ya Lu Ceramices Firm
Yachang Hotel Ceramic Supplies Co., Ltd
Yan Xin Ceramics
Yangdong County Zhijia Hardware & Plastic Co., Ltd
Yangdong Jiayang Hardware Products Factory
Yangdong Woodsun Housewares Co. Ltd.
Yanyun Ceramics Factory
Yaoping Yaotai Ceramics Factory Guangdong
Yi Wu Rui Hua Ceramic Commodity Store
Yi Yi Porcelain Shop Ltd
Yiwu Blue Sky International Limited
Yiwu Boyou Import & Export Co.,Ltd
Yiwu Brother&Sister Ceramicware Factory
Yiwu Fengzhe Porcelain Ware Factory



Yiwu Foreign Economic Relations & Trade Co., Ltd. Zhejiang
Yiwu Forever Import And Export Co., Ltd
Yiwu Forever Import And Export Co.,Ltd
Yiwu Fuhao Ceramic Firm
Yiwu Futian Market
Yiwu Guoli Import & Export Co.,Ltd
Yiwu Hailing Lighter Ind.
Yiwu Hongxu Import & Export Co.,Ltd
Yiwu Ju Xian Import Export Co Ltd
Yiwu Leadershow Import & Export Co. Ltd.
Yiwu Leyi Int L Trading Co Ltd
Yiwu Meida Machine & Equipment
Yiwu Newland Foreign Trade Co., Ltd.
Yiwu Newland Internationaltrade Co., Ltd
Yiwu Oute Ceramics
Yiwu Perfect Import& Export Co . Lda
Yiwu Pingshun Import And Export Co.,Ltd
Yiwu Qihanag Import & Export Co. Ltd.
Yiwu Qing Qing Boutique & Industrial Ceramics.,Ltd
Yiwu Rong Xin Porc.Cutlery Eta And Coffee Gift Co.,Ltd
Yiwu Sea Horse Import And Export Co.,Ltd.
Yiwu Siblings Ceramic Arts & Crafts Factory
Yiwu Teng Yue Commodity Trade Co., Ltd
Yiwu Tuoxin Ceramic Ware Co., Ltd
Yiwu Vifa Imp & Exp Co. Ltd.
Yiwu Zheng Wei Products
Yiwu Zhiheng Import & Export Co.,Ltd



Yiwu Zhongsen Import And Export Co., Limited
Yiwu Zhongyu Import And Export Co., Ltd.
Yixing Huafeng Ceramics Co., Ltd
Yixing Shenhuijun Pottery Carf Factory
Yognbao Ceramic Articles Factory
Yongbao Ceramics Co.,Ltd
Yongding Company Limited
Yonghua Ceramic Articles Factory
Yonghuang Ceramicware Factory
Yongkang Haoheng Household Articles Co.,Ltd
Yudie Arts And Crafts Co.
Yudie Gifts Factory
Yuihua Ceramic Chen Jian Neng
Yulin Yuzhou Jingtao Porcelain Branch
Yushan County Hongye Trade Co Ltd
Yuyan Ceramics Company Ltd
Yuyuan Ceramics Company Ltd
Yuyuan Porcelain Co Ltd
Yuzhou City Xinjiayuan Porcelain Co., Ltd
Yuzhou Huixiang Ceramics Company
Yuzhou Huxiang Ceramics Company
Zeal Ceramic Development Co., Ltd.
Zhang Hong/Guangdong Raotai Raoping County Ciyi Factory
Zhang Xiaohong
Zhanjiang Qitai Industry And Trading Co., Ltd
Zhejiang Changtai Industry E Trade Co Ltd.
Zhejiang Changtai Industry E Trade Co., Ltd



Zhejiang Eastern Industrial Co Limited
Zhejiang Guoli International Logistics Co., Ltd.
Zhejiang New Century Int'l Logistics Co.,Ltd.
Zhejiang Runder International Trading Limited
Zhejiang Yiwu China Small-Commodities City Trading Co.,Ltd
Zhen Zhen Topcoice Ind. Limited
Zhenfeng Ceramics Co., Ltd.
Zheng Ya Ceramic, Sun Xiao Ya
Zhengcai Arts And Crafts Co.,Ltd
Zhengyi Yiwu City Meixin Jubilant Party Firmeng
Zhengzhou Yuxin Economy & Trade Co.,Ltd.
Zhenyang Porcelain Factory
Zhong Yi Ceramic Cup
Zhonga Craft Factory
Zhuhai Dehui Trade Co., Ltd
Zhuhai Eversunny International Co., Ltd.
Zhuhai Luckyman Enterprise Co., Ltd.
Zhuhai Quan Da Industry & Commerce Co Ltd
Zhuji Liming Socks Company.
Zhuyi Modern Ceramics
Zibo All Way Import And Export Co.,Ltd
Zibo Boshan Shantou Ceramic Factory
Zibo Dongling Ceramics Co.,Ltd.
Zibo Fuxin Porcelain Co., Ltd.
Zibo Greatwall Industry Co., Ltd.
Zibo Green Light Industrial Co.,Ltd.
Zibo Guanhua Ceramics Co., Ltd



Zibo High Sun Trading Co., Ltd.
Zibo Huanwang International Trading Co Ltd
Zibo Jingyu Ceramic Co.,Ltd.
Zibo Lion Light And Craft Co., Ltd.
Zibo Modern International Co., Ltd.
Zibo New Trading Co., Ltd.
Zibo Shanthou Ceramic., Ltd
Zibo Smart Rising International Trading Co., Ltd
Zibo Xuanwang International Trading Co., Ltd
Zibo Yufei Ceramics Company
Zibo Zhongzi International E&T Coop. Corp. Ltd.
Zichuan Yengyu Crafts Factory
Zihao Artware Gift Factory
Zixing Ceramic Firm
Zunlong Glassware Factory



registrado em: [Resoluções e outros documentos \(/resolucoes-camex-e-outros-normativos\)](#) ,

[Resoluções da Camex \(/resolucoes-camex-e-outros-normativos/58-resolucoes-da-camex\)](#)

[^ Voltar para o topo](#)

Serviços

[Acesso à informação \(http://brasil.gov.br/barra#acesso-informacao\)](http://brasil.gov.br/barra#acesso-informacao)
[Apoio à imprensa \(http://www.mdic.gov.br/index.php/area-de-imprensa\)](http://www.mdic.gov.br/index.php/area-de-imprensa)
[Perguntas Frequentes \(/perguntas-frequentes\)](#)
[Fale Conosco \(/fale-conosco\)](#)

Sobre o site

[Acessibilidade \(/acessibilidade\)](#)
[Mapa do site \(/mapa-do-site\)](#)





(<http://www.acessoainformacao.gov.br/>)

▲ Voltar para o topo



Documento assinado digitalmente, conforme MP nº 2.200-2/2001, Lei nº 11.419/2006, resolução do Projudi, do TJPR/OE
Validação deste em <https://projudi.tjpr.jus.br/projudi/> - Identificador: PJP7 CV8AT CX8P5 2BP7U

