



Dr. LIDIA ELENA M. DE DI VICO
DIRECTORA
COMISION NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR

ACTA N° 251

En la ciudad de Buenos Aires, a los 28 días del mes de octubre de 1996, siendo las 19:00 horas y con la asistencia de los señores Directores, Lic. Elías Antonio Baracat, Lic. Lidia Elena Marcos de Di Vico, Dr. Guillermo Cabanellas y Dr. Pablo José Sanguinetti, el señor Presidente da comienzo a la sesión convocada para el día de la fecha en los términos del artículo 19 del Decreto N° 766/94.

La presente reunión tiene por finalidad expedirse en el ámbito de competencia de esta Comisión, sobre la determinación final en relación al Expediente CNCE N° 41/95 (SSCE N° 626.755/93), de acuerdo a lo estipulado en el Artículo 3 del Acuerdo Relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, aprobado por Ley N° 24.176 y el Decreto N° 2121/94, cuyos principales datos son:

Solicitante: SIGMAFI S.A.I.C.

Producto: "Imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo".

Investigación sobre: Dumping en las importaciones.

Origen: República Federativa del Brasil.

Informe de representatividad: Acta de Directorio de la CNCE N° 61 del 26 de junio de 1995.

Admisión: Disposición SSCE N° 13 del 28 de agosto de 1995.

Informe previo a la apertura: Acta de Directorio de la CNCE N° 94 del 4 de octubre de 1995.

Apertura: Resolución ex - SCI N° 174 del 27 de octubre de 1995, publicada en el Boletín Oficial el 2 de noviembre de 1995.

Determinación preliminar de daño: Acta de Directorio de la CNCE N° 161 del 13 de marzo de 1996.

Fecha de verificación a la solicitante: 23 de mayo de 1996.

Fecha de audiencia: 16 de septiembre de 1996.

Los miembros del Directorio tuvieron acceso previo al expediente y a su vez cuentan con el informe GACI/ITDF N° 05/96 producido por la Gerencia de Análisis de la Competencia Internacional.

El señor Presidente convocó al equipo técnico de la Gerencia de Análisis de la Competencia Internacional a efectos de que exponga el informe elaborado.

Al analizar el caso, surgen las conclusiones de los señores Directores, vertidas en el ANEXO I, que forma parte integrante de la presente.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL



Lic. LIDIA ELENA M. de DI VICO
DIRECTORA
COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR

De acuerdo con lo establecido por el artículo 19 del Decreto N° 766/94 los señores Directores votan por unanimidad lo siguiente:

1°.- Disponer la inclusión del informe GACI/ITDF N° 05/96 en el Expediente CNCE N° 41/96.

2°.- Determinar que la industria nacional productora de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo, se encuentra fuertemente dañada, pero que tal daño no ha sido causado en forma significativa por el dumping en las importaciones investigadas, sino que se ha debido fundamentalmente a las otras causas expuestas en el Anexo I.

3°.- Remitir las presentes conclusiones a la SECRETARÍA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERÍA.

Siendo las 20:00 hs., el señor Presidente levanta la sesión.

La presente consta de 21 fojas, incluyendo el Anexo I.

Lic. Lidia E. Marcos de Di Vico
Vocal

Dr. Guillermo Cabanellas
Vocal

Lic. Elias Antonio Baracat
Presidente

Dr. Pablo José Sangumetti
Vocal



- Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE Nº 41/95
ACTA Nº 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELENA M. de OLIVERO
DIRECTORA
COMISION NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



I. ANTECEDENTES.

El 30 de diciembre de 1993 la firma SIGMAFI S.A.I.C. presentó una solicitud de investigación ante la Subsecretaría de Comercio Exterior por prácticas de dumping en las importaciones de "imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo" originarias de la República Federativa del Brasil. Esta denuncia se está tramitando en la SSCE como expediente Nº 626.755/93. El 14 de marzo de 1995, la COMISIÓN NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (CNCE) recibió copia de dicho expediente, el que se tramita como Expediente CNCE Nº 41/95.

El 26 de junio de 1995, la CNCE emitió opinión en sentido afirmativo respecto de la representatividad de la empresa solicitante dentro de la producción nacional (Acta de Directorio Nº 61).

El 28 de agosto de 1995 la SSCE declaró admisible la solicitud de referencia mediante la Disposición Nº 13.

El 4 de octubre de 1995, la Comisión emitió su opinión relativa al daño a la producción nacional, originado por las importaciones objeto de la solicitud, previa a la apertura de la investigación.

El 27 de octubre de 1995, por Resolución SCI Nº 174/95 publicada en el Boletín Oficial del 2 de noviembre, la ex-Secretaría de Comercio e Inversiones, resolvió declarar la apertura de la investigación.

El 13 de marzo de 1996, el Directorio de la CNCE manifestó mediante Acta Nº 161 su opinión unánime sobre la existencia de evidencias suficientes en materia de daño a la producción nacional por causa de las importaciones investigadas.

El 16 de septiembre del mismo año, se llevó a cabo la audiencia previa a la decisión final con la asistencia de los representantes de las partes.

La Comisión considera que las evidencias disponibles resultan suficientes para realizar su informe final en esta investigación en los términos de la Ley Nº 24.176, de su Decreto Reglamentario Nº 2121/94 y del Decreto Nº 766/94.

II. PRODUCTO IMPORTADO SUJETO A INVESTIGACIÓN

El producto sujeto a investigación por dumping es "imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo, originarios de la República Federativa del Brasil".

La firma SUPERGAUSS¹ es el principal exportador brasileño de imanes cerámicos hacia la Argentina, siendo PHILIPS DO BRASIL y ERIEZ² los restantes exportadores.

¹ En el Informe Relativo a la Determinación Preliminar del Margen de Dumping, la SSCE señala que esta empresa es productora y comercializadora de imanes permanentes, cuyos principales proveedores de insumos son las firmas QUIMICA GERAL DO NORDESTE (que provee carbonato de bario) y CIMECA (que suministra óxido de hierro). En la



- Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LINDA ELIZABETH M. DE DI VICO

DIRECTORA
COMISION NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



De acuerdo a los importadores del origen denunciado, el principal exportador brasileño vende en diversos mercados, como Estados Unidos, Europa, Latinoamérica y Africa, aunque a partir de 1994 habría perdido competitividad en razón de la competencia de los imanes de origen asiático (excluida China).

Las importaciones del producto investigado se realizan por la posición 8505.19.100 de la Nomenclatura de Comercio Exterior, con un derecho de importación del 15% y una tasa de estadística del 3%, hasta el 31 de diciembre de 1994; y por la posición 8505.19.10 de la Nomenclatura Común del MERCOSUR con un arancel externo común del 16% y una tasa de estadística del 3%, vigente a partir del 1° de enero de 1995. Hasta el 31 de diciembre de 1994, este producto contaba con una preferencia arancelaria con Brasil en el marco del ACE N° 14. A esa fecha, el margen de preferencia era del 89% y, en consecuencia, el arancel residual se ubicaba en el 1,65%.

III. PRODUCTO SIMILAR.

La legislación vigente exige que la Comisión se expida sobre el producto similar al importado de producción nacional, el que sirve de base para la definición de la rama de producción nacional.

El Código Antidumping de la Ronda Tokio del GATT, incorporado a la legislación nacional por la Ley N° 24.176, define al producto similar como aquel que "sea idéntico, es decir, igual en todos los aspectos al producto de que se trate o, cuando no exista ese producto, otro producto que, aunque no sea igual en todos los aspectos, tenga características muy parecidas a las del producto considerado".

De acuerdo a la información obrante en la investigación, existe una producción nacional de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo.

La Comisión, en consecuencia, debe expedirse respecto al producto de producción nacional similar a las importaciones investigadas, para lo que es necesario efectuar una revisión de los distintos aspectos que hacen a la similitud entre los productos, a saber:

- Características físicas
- Normas de fabricación
- Proceso de producción
- Usos y sustituibilidad

Argentina esta firma comercializa sus productos a usuarios finales e informa la existencia de un "revendedor" (PRIMATER S.A.).

² En el mismo informe citado en nota anterior, se indica que en Argentina esta firma tiene un distribuidor exclusivo (ARGENMAG).



- Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELENA M. de DI VICO

DIRECTORA
COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



-Canales de comercialización.

1. Características físicas.

Los imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo se fabrican en diversas medidas (de acuerdo a lo solicitado por los clientes), poseyendo un diámetro externo, uno interno y un espesor. La empresa solicitante proporcionó una tabla que contiene las 24 medidas usuales, así como las equivalencias entre unidades y kilogramos.

Estos imanes se denominan "cerámicos" por las características del proceso de producción, que se asemeja a la elaboración de cerámicas; su consistencia cerámica hace que se quiebran fácilmente ante los golpes.

El término "grano orientado" significa que se pueden magnetizar en un solo sentido (axial).

El campo magnético generado por los imanes es dependiente en forma inversa a la temperatura aplicada al material. La temperatura límite de trabajo se ubica en torno de los 80°C, a partir de la cual el campo magnético disminuye. Si la elevación de la temperatura no resulta excesiva, el imán recupera sus características al enfriarse.

Los imanes se identifican por su forma física y por la cantidad de líneas de fuerza por unidad de superficie que generan (flujo o intensidad de campo magnético). La unidad de medida del flujo magnético es el Gauss, y la conformación circular de este conjunto de imanes busca optimizar la distribución homogénea del flujo magnético en toda la superficie.

2. Normas de fabricación.

La norma empleada por el único productor nacional para la elaboración de los imanes es la M.M.P.A. (Magnetic Material Producers Association) de los Estados Unidos. Si bien la empresa no la certifica, sigue sus recomendaciones. En la Sección III de la norma citada se especifica la composición del insumo, así como el método de manufactura y sus propiedades magnéticas.

De entre las diferentes clases de imanes cerámicos de grano orientado, la empresa solicitante elabora los imanes cerámicos de Clase 5. Las especificaciones técnicas recomendadas por la M.M.P.A. para la citada clase de imanes exigen, como mínimo, una remanencia de 3,800 Gauss, una fuerza coercitiva de 2,400 oersted, una fuerza coercitiva intrínseca de 2,500 y un producto energético ($B \times H$) de 3.4.

El insumo empleado en la fabricación del producto similar es el hexaferrito de bario, aunque la norma de la M.M.P.A. especifica que puede utilizarse tanto Bario como Estroncio. La fórmula química del hexaferrito de bario es $6O_3Fe_2.OBa$, con una cristalización del orden del micrón (millonésima parte del metro), obtenido a partir de una mezcla estequiométrica del óxido férrico y el carbonato de bario. La solicitante adquiere el insumo de la empresa local STACKPOLE en bolsas de 25



- Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I



kg.; anteriormente era importado desde Brasil que, a diferencia del nacional, posee un proceso de granulado más fino.

3. Proceso de producción.

El proceso de producción consta de varias etapas:

- (1) Triturado grueso.
- (2) Triturado fino.
- (3) Obtención de la pasta.
- (4) Prensado.
- (5) Estacionamiento del material.
- (6) Tratamiento térmico.
- (7) Rectificado.
- (8) Lavado.
- (9) Selección y embalaje.
- (10) Control de calidad.

4. Usos y sustituibilidad.

Los imanes cerámicos de grano orientados en forma de anillo poseen diversos usos, tales como su utilización como partes en el ensamblado de altoparlantes (destino principal) y de bocinas de automóviles, y como soportes de sujeción de antenas de radio. En estos usos, se requiere de un campo magnético distribuido uniformemente en la superficie delimitada entre dos circunferencias concéntricas.

De acuerdo a algunas firmas importadoras, la solicitante no produce la variedad de medidas que demanda la industria nacional en sus diversas aplicaciones. En tal sentido, LABORATORIOS FUNKEN sostiene que la empresa denunciante no produce la medida 60 x 35 x 0.8, debido a que no posee la matricería requerida y según LEEA, de las cinco medidas requeridas por ella, se producen solo dos en el país, una de las cuales es adquirida a la denunciante y la otra, según las condiciones del mercado, la suelen comprar a los productores brasileños.

En cuanto a la percepción de los usuarios respecto a la calidad, los importadores manifestaron que los imanes producidos localmente presentan problemas (como leves roturas en sus cantos o planicidad en sus caras) que los diferencian de los originarios del Brasil.

Por el contrario, el productor nacional alega que su producto es de primera calidad, comparable al de cualquier imán brasileño de la empresa SUPERGAUSS o a la de un imán de los Estados Unidos. Por ejemplo, menciona que la empresa SONOLINK (su principal cliente) produce



parlantes de alta calidad, importando el 80% de los componentes, y comprando localmente el imán de diámetro externo de 190 mm utilizado para ese parlante.

5. Canales de comercialización.

El productor nacional produce a pedido, por lo que no posee estructura de ventas. Los imanes elaborados en la planta de Longchamps (provincia de Buenos Aires) son luego enviados a un depósito en la localidad de Virasón, desde donde se realiza la venta directa a los fabricantes nacionales de parlantes y demás clientes. Este canal es similar al de los productos importados.

6. Determinación del producto similar.

Del análisis de los distintos aspectos la Comisión concluye que los imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo de fabricación nacional son similares al producto importado sujeto a investigación por dumping si bien no pueden considerarse productos idénticos. Sin embargo por sus aplicaciones, características físicas, sustituibilidad, variedad y datos técnicos, puede considerarse que el producto nacional es similar al originario del Brasil.

La Comisión concluye asimismo que no resulta apropiado considerar a las distintas medidas de imanes como productos diferenciados, pues al compartir los insumos y el proceso de producción, la reconversión entre medidas no presenta dificultades importantes. Tampoco se considera que las diferencias de calidad justifiquen la segmentación del mercado.

IV. INDUSTRIA NACIONAL.

El Código Antidumping de la Ronda Tokio del GATT, incorporado como legislación nacional por la Ley Nº 24.176, expresa: "a los efectos de la determinación del daño, la expresión "producción nacional" se entenderá en el sentido de abarcar el conjunto de los productores nacionales, de los productos similares, o aquellos cuya producción conjunta constituya una parte principal de la producción nacional total de dichos productos" (Artículo 4.1).

La rama de producción nacional para la Comisión, es la formada por el conjunto de productores de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo con el alcance determinado en la sección anterior.

La industria nacional del producto similar está compuesta por un solo productor, SIGMAFI S.A.I.C., empresa que produce casi en exclusividad estos productos, los que representaron más del 90% de su facturación en el período bajo análisis.

Esta firma aportó información a la investigación, por lo que puede considerarse que el análisis realizado por la Comisión es representativo del cien por ciento de la producción nacional.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LUISA ELENA M. DE VUCO

IMPORTADORA
COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



Los principales clientes de SIGMAFI son en la actualidad SONOLINK (47% de la facturación, fabricante de parlantes), JAHRO (20%, fabricante de parlantes), ANTENAS NIPPON (10%, fabricante de antenas) y LEEA (6%, fabricantes de parlantes)³.

Los productos investigados son utilizados como partes en la producción de parlantes, soportes de antenas para automóviles y bocinas; en consecuencia, la demanda de imanes es una demanda derivada de la de esos productos, entre los cuales los parlantes constituyen el destino principal. De esta manera, el mercado de SIGMAFI, se compone principalmente de los fabricantes de parlantes para autos, fabricantes de parlantes para equipos de audio, fabricantes de antenas y el mercado de reposición⁴.

Dentro de los parlantes en general, los utilizados en automóviles son el destino mayoritario de la producción de imanes cerámicos; este mercado experimentó un gran crecimiento entre 1991 y 1994 debido a la expansión de la industria automotriz. Sin embargo, la producción de parlantes, tanto para autos como para equipos de audio, tuvo una retracción importante en 1995 y los primeros meses de 1996, según expuso LABORATORIOS FUNKEN.

Si bien los productores de imanes no han indicado que la demanda de imanes presente características estacionales, los técnicos de la CNCE han detectado que tanto la producción como las ventas se concentran levemente en el cuarto trimestre de cada año⁵.

V. EL MERCADO DE PARLANTES EN GENERAL Y DE PARLANTES PARA AUTOS.

Debido a que los imanes cerámicos son partes en el ensamblado de parlantes, es necesario analizar lo que ha estado ocurriendo durante el período investigado en el mercado de sus principales clientes.

El mercado de parlantes se puede subdividir en tres segmentos: parlantes para autos, parlantes para equipos de audio y parlantes de reposición⁶. De acuerdo a la firma importadora

³ SONOLINK, JAHRO y LEEA no fabrican en la actualidad parlantes para autos.

⁴ El mercado de reposición se compone de aquellos parlantes destinados a reemplazar a otros parlantes ya incorporados a equipos de audio (inclusive los destinados a los vehículos).

⁵ La producción presenta un coeficiente de estacionalidad positivo en el cuarto trimestre de 31%, mientras que las ventas resultan menos estacionales: +14% en el mismo período (Cuadro N° 1A y 2A). Esto se explicaría porque es más conveniente producir imanes con clima más seco y caluroso, debido a que el oreo (o secado) muchas veces se realiza a la intemperie.

⁶ Como se mencionara anteriormente, el mercado de reposición se compone de aquellos parlantes que son destinados a reemplazar o adicionar a otros parlantes ya incorporados en equipos de audio y automóviles.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE Nº 41/95
ACTA Nº 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ALFARO de DI V.C.

DIRECTORA
COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



LABORATORIOS FUNKEN, el segmento de parlantes para autos es actualmente el más importante; en el pasado, los destinados al mercado de reposición constituyeron un importante segmento dentro de la demanda total de parlantes.

A mediados de la década del 70, el mercado global de parlantes alcanzó un máximo de producción de 550,000 parlantes mensuales⁷. Debe tenerse en cuenta que en esa época la fabricación nacional de electrónicos era muy diversificada e incluía radios, TV, equipos de audio y equipos para automóviles. En los dos años posteriores a 1977, cerraron casi todos los fabricantes nacionales de audio tales como AUDINAC, KEN BROWN, GRUNDIG, WINCO y ZENITH que utilizaban parlantes nacionales.

Con el traslado hacia Tierra del Fuego de la industria electrónica desde 1981, la demanda de parlantes⁸ continuó disminuyendo, hasta llegar a aproximadamente 80,000 parlantes mensuales en los primeros meses de 1996. En los últimos años, el mercado de parlantes para autos se fue haciendo mucho más importante que el de parlantes para equipos de audio en general y que el mercado de reposición. La producción anual de los parlantes para autos fue en 1994 de 730,000 unidades, cifra que acompañó la expansión del sector automotriz argentino. Sin embargo, en 1995, con las consecuencias del efecto "tequila", la producción de autos disminuyó, lo que provocó una caída en la demanda de estos parlantes⁹. Además de la caída en la producción de autos, las automotrices comenzaron a importar parlantes del exterior y a implementar técnicas de producción que utilizan, por ejemplo, puertas ya armadas en el exterior con parlantes incluidos.

148
5
7.1
107

Durante los últimos años también se registraron importaciones de parlantes de Taiwan de dudosa calidad, los que en un principio habrían desplazado a la producción local. Sin embargo, de acuerdo a LABORATORIOS FUNKEN los consumidores habrían tomado conciencia de que no todos los parlantes baratos importados serían de buena calidad, lo que presentaría para el futuro un panorama un poco más alentador para la industria nacional de parlantes. De todas maneras, la cantidad de parlantes importados, sin considerar los que ingresan como parte de equipos de audio, fue de 500,000 unidades en 1994, con un aumento del 87% con respecto a la cantidad importada en 1993.

⁷ Esta cifra, suministrada por LABORATORIOS FUNKEN, es sorprendente en comparación con las cifras actuales de fabricación de parlantes.

⁸ Las plantas instaladas en Tierra del Fuego, de acuerdo a lo expresado por el representante de LEEA (productor de parlantes para audio), debían integrar un porcentaje creciente de componentes nacionales, algo que según él nunca se cumplió. Como consecuencia de ello, y siempre de acuerdo a lo expresado por el representante de LEEA, la demanda de imanes cayó fuertemente.

⁹ La fabricación de parlantes para automóviles, como se mencionara anteriormente experimentó una significativa caída en los últimos años, pasando de un nivel de producción de 730,000 unidades anuales en 1994 a un nivel de 450,000 parlantes en 1995.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELENA M. de DI VICO

DIRECTORA
COMISION NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



Como se mencionara anteriormente, LABORATORIOS FUNKEN es en la actualidad el principal productor nacional de parlantes para autos. En 1975, cuando la producción nacional global de parlantes en general era de 550,000 unidades mensuales, esta empresa participaba con el 10% del mercado total (55,000 parlantes mensuales).

Entre 1995 y 1996, esta empresa ha estado produciendo unas 35,000 unidades mensuales (en un mercado de alrededor de 80,000 unidades/mes), de las cuales 90% son parlantes para autos, y 10% corresponde a aquellos destinados al mercado de reposición, utilizados por pequeños laboratorios electrónicos para "reponer" los parlantes de las autorradios, parlantes de telefonía, etc. Este último mercado, si bien es de una magnitud casi tan importante como el de la industria automotriz, disminuyó mucho para los productores nacionales en los últimos años, debido a que entre el 70% y el 80% es abastecido por importaciones. En la actualidad LABORATORIOS FUNKEN vende solamente 4,000 parlantes mensuales en este mercado, cuando en 1990-91 vendía 45,000 unidades mensuales.

Cabe mencionar que el mercado de los parlantes destinados a las terminales automotrices posee requerimientos distintos a los del mercado de reposición. El primero se caracteriza por bajos costos, menor número de modelos y menor sofisticación técnica. Los costos promedios por parlante para este segmento oscilan entre 6 y 7 dólares, y la participación del costo de los imanes en el costo del parlante es del 5%¹⁰.

Las terminales automotrices que se abastecen de los parlantes producidos por LABORATORIOS FUNKEN son SEVEL (que compra el 100% de sus parlantes a esta empresa), CIADEA (60%), CRHYSLER, VOLSKWAGEN y FORD MOTORS ARGENTINA. Es de destacar que la producción actual de automóviles ronda las 400,000 unidades anuales, lo que implicaría una demanda potencial de entre 800,000 y 1,600,000 parlantes anuales, considerando que cada auto lleva dos o cuatro parlantes¹¹. Además, algunos automóviles importados ingresan al país sin parlantes, y muchas veces son abastecidos por LABORATORIOS FUNKEN, o ingresan con parlantes de baja calidad, que son removidos por los importadores y reemplazados por otros comprados en el mercado nacional a productores nacionales o a importadores de parlantes.

LABORATORIOS FUNKEN expresa que sus planes de inversión están íntimamente ligados al accionar de las terminales automotrices en Argentina y en Brasil. La empresa ve con preocupación que muchas de estas terminales decidan fabricar en Brasil para el Mercosur y que algunos de los nuevos planes de producción de autos en nuestro país, como el vehículo mundial FIAT, implicarán un acceso restringido para los fabricantes de parlantes nacionales, debido a que se abastecerá de parlantes de la

¹⁰ Este porcentaje surge de considerar el costo promedio del imán más utilizado en la fabricación de parlantes para autos, que es de 30 centavos. El imán más utilizado para la fabricación de parlantes para autos es el de medidas 60/24/8 (60 mm de diámetro externo, 24 mm de diámetro interno y 8 mm de espesor).

¹¹ En los últimos años los automóviles están tendiendo a incluir cuatro parlantes.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELIZABETH DE VICO

COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



empresa AUTO SONIC, "co-designer" del proyecto en Italia¹². Además, expresa que, para competir en la provisión de parlantes para autos, debe poder acceder a la compra de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo a precios internacionales, como los que, en su opinión, ofrece Brasil. Sus importaciones se hicieron en un primer momento de la empresa brasileña SUPERGAUSS, pero la última importación desde Brasil (de mayo de 1996) fue de la empresa brasileña ERIEZ.

En cuanto a la capacidad instalada de LABORATORIOS FUNKEN, en la actualidad la empresa está trabajando con un turno de trabajo y dos líneas de producción, con lo que puede producir 60,000 parlantes mensuales¹³. La empresa considera que SIGMAFI no está en condiciones de abastecer normalmente su demanda de imanes y que por ello necesita abastecerse con importaciones.

También la firma LEEA (productor de parlantes para audio), presentó testimonios relativos a la producción de parlantes y al consumo de imanes nacionales. La empresa explicó que el accionar de las firmas electrónicas radicadas en Tierra del Fuego determinó una caída en la demanda de imanes, y en consecuencia en la rentabilidad de su producción. Por esta razón, la única fábrica existente en ese momento (ARGENMAG) cerró sus puertas aproximadamente a fines de los años ochenta. Esta última empresa tenía, de acuerdo a LEEA, una mayor gama de productos que SIGMAFI; de las diez medidas de imanes que LEEA utilizaba, nueve eran provistas por ARGENMAG.

En cuanto al Brasil, de acuerdo a LABORATORIOS FUNKEN y a LEEA, debe distinguirse antes y después del plan Real, implementado en Julio de 1995. Antes del plan Real, Brasil competía a nivel mundial, con su empresa SUPERGAUSS vendiendo a Estados Unidos, Europa, América Latina y África. Una vez que este plan se puso en marcha, los productores brasileños de imanes han incrementado sus precios, por lo que su competitividad a nivel mundial habría decrecido levemente. En referencia al mercado brasileño de parlantes, el mismo es de aproximadamente 2,000,000 unidades mensuales.

De acuerdo a LABORATORIOS FUNKEN y a LEEA, se registró una fuerte importación de parlantes brasileños hasta mediados de 1994. A partir de allí, decreció la importación desde este origen, aumentando la importación de parlantes desde el sudeste asiático.

¹² Esta tendencia también estaría presente en FORD MOTORS ARGENTINA, que pretende, de acuerdo a lo expresado por LABORATORIOS FUNKEN, que los productores nacionales de parlantes negocien con los "co-designers" estadounidenses para que éstos le provean las licencias apropiadas para la producción de los parlantes. LABORATORIOS FUNKEN expresa que no necesita licencias de ningún tipo, ya que la tecnología utilizada en la producción de parlantes es similar a la utilizada en otros países como Taiwan. Como ejemplo, FUNKEN le ganó una licitación a la empresa asiática MILENIUM, para la provisión de parlantes para autos a DELCO ELECTRONICS, la empresa perteneciente a GENERAL MOTORS.

¹³ Según la empresa, con horas extras y dos líneas de producción, produciría 97,000 parlantes mensuales. Con un turno laboral, y las tres líneas de producción, puede producir 90,000 parlantes mensuales. Con dos turnos y tres líneas, 150,000 unidades por mes.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE Nº 41/95
ACTA Nº 251 - ANEXO I

Dr. [Signature] Director de Servicio



VI. CONDICIÓN DE LA INDUSTRIA NACIONAL.

En esta sección se hará una revisión de los indicadores más importantes de la situación de la rama de producción nacional, o sea de la firma SIGMAFI, durante el período investigado.

En coincidencia con la aceleración de las importaciones de imanes en 1992, SIGMAFI disminuyó fuertemente su producción (65.2%) en 1993; en 1994 se produjo una recuperación parcial y nuevamente descendió 10.1% en los primeros nueve meses de 1995 con respecto a igual período del año anterior. En síntesis, entre 1992 y los 9 primeros meses de 1995 la producción nacional acumuló una disminución del 56.4%.

Las ventas al mercado interno, por su parte, también muestran una clara tendencia declinante desde 1992, habiendo acumulado hasta 1995 una disminución del 59.3% de las ventas en cantidades físicas y del 38.4% en el monto de ingreso por ventas. El comportamiento inverso de las ventas en cantidades y valores es explicado por el hecho de que frente al ingreso de importaciones, el productor nacional concentró sus ventas en imanes de medidas más grandes, y por lo tanto, de precios más elevados. En consecuencia, pese a disminuir las cantidades vendidas, logró incrementar sus ingresos por ventas en 1994 y en los primeros nueve meses de 1995.

Hasta diciembre de 1994, SIGMAFI exportaba pequeñas cantidades de imanes al Brasil, cuando existía un reembolso a la exportación de imanes del 15% sobre valores FOB. En la actualidad, coincidente con la eliminación de esos reembolsos, han cesado las exportaciones.

En cuanto a la capacidad instalada, SIGMAFI informó que era de 336 toneladas anuales en el año 1994, donde el mix de producción era muy distinto al actual. De acuerdo a la verificación efectuada por los técnicos de la CNCE, la especialización de la firma en imanes más grandes, dio lugar a que la capacidad instalada se reduzca a 210 toneladas¹⁴. Se debe resaltar que esta variable fue determinada en base a la producción de cada máquina (y al mix de productos). El grado de utilización de la capacidad instalada fue reduciéndose desde 1990 en que era del 48% hasta el año 1993 en que alcanzó un mínimo del 14%. En 1994 y 1995 se recuperó levemente, a niveles de 20% y 17% respectivamente.

El personal afectado a la producción de imanes cerámicos tuvo una sensible disminución a partir de 1992, siendo actualmente la ocupación de solo catorce trabajadores. La masa salarial también

¹⁴ La capacidad instalada de SIGMAFI fue informada tomando en cuenta tres turnos de producción. Tomando en cuenta imanes individuales, si SIGMAFI decidiese producir solamente el de una medida, algunos ejemplos serían: del modelo 810 (es decir, 8 cm de diámetro externo y 10 mm de espesor) se producirían 172 toneladas por año; del modelo 710, 131 toneladas, y del 325 (3 cm de diámetro externo y 25 mm de espesor) 28 toneladas por año. El mix de imanes vendidos cambia de año a año, pero como ejemplo en el año 1995 fue: del 810, un 40%; del 710, un 20% y 11% del 325. El resto de producción individual de otros imanes no superó el 10% en ningún caso.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELINOR M. de DI VIO
DIRECTORA
COMISION NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



disminuyó fuertemente y el salario medio se incrementó en 1993 el 25% y luego disminuyó 12% y 15% en 1994 y 1995, respectivamente.

En relación a las estructuras de costos, SIGMAFI informó dos estructuras promedio, una de diciembre de 1992 y otra de diciembre de 1994, en las que no discriminó costos por tamaños de imanes. Adicionalmente, informó para el año 1995 tres estructuras de costos correspondientes a los imanes chicos, medianos y grandes, tomando para ello un imán representativo de cada grupo¹⁵. Los imanes medianos son los más económicos para producir, si se mide el costo por kilo producido; los pequeños y más grandes son los más costosos por kilo producido. De esta forma, los niveles de precios y costos muestran una forma de "U" a medida que aumenta el diámetro externo del producto.

Si se observan las estructuras de costos sin discriminar por tamaño, éstas muestran un incremento del 8% en el costo medio unitario en 1994 respecto de 1992, no habiéndose producido variaciones en 1995. Se observa que en 1994 se produjo el reemplazo de insumos importados por nacionales¹⁶. La relación entre el precio de salida de fábrica y el referido costo medio unitario, en diciembre de 1992 fue del 93.1%, del 96.8% y del 121.5% en diciembre de 1994 y 1995 respectivamente. Este aumento de los precios de los imanes en relación al costo en 1995, es el resultado de que la empresa concentró sus ventas en los imanes de mayor tamaño. En tal sentido, la relación entre el precio salida de fábrica obtenido del muestreo de facturas en la verificación realizada por la CNCE y el costo medio de producción fue en 1995 de 81.1% para el imán mediano (710) y de 122.4% para el imán grande (147/18).

Todos los insumos son en la actualidad de origen nacional y representan aproximadamente el 20% del costo final del imán¹⁷. El costo medio unitario aumentó 8% en 1994 con respecto al verificado en 1992, con incrementos del 12% en los costos variables y del 2% en los fijos. Dentro de los primeros se destacan las alzas del 27% en la mano de obra directa y del 38% en energía y combustible. En tanto, dentro de los costos fijos, los gastos de administración cayeron 67% y los de comercialización crecieron

¹⁵ El imán representativo del grupo chico es el 508, es decir, de 50 mm de diámetro externo (y 8 mm de espesor); el del grupo mediano, el 710 (71 mm de diámetro externo), y el del grupo grande, el 147 (147 mm de diámetro externo).

¹⁶ En la Audiencia convocada por la CNCE, el productor nacional explicó que esto se debió a que al reducirse la producción local de imanes, la importación del insumo no alcanzaba a completar un camión lleno, por lo que el flete se encareció por unidad de producto.

¹⁷ En diciembre de 1994 se produjo, como se mencionara anteriormente, un reemplazo de insumos importados, el principal componente del costo medio unitario, por insumos nacionales. De esta manera, mientras que en diciembre de 1992 ambos insumos representaban en conjunto el 22.9% del costo medio unitario, en 1994 y 1995 los insumos nacionales pasaron a representar el 20.5% del total, no existiendo insumos importados.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE Nº 41/95
ACTA Nº 251 - ANEXO I

Dra. LIRIA ELIANA de DI VICO

DIRECTORA
COMISION NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



350%¹⁸. Para 1995 no se informaron variaciones en ninguno de los componentes del costo medio unitario.

El margen de contribución de las ventas para cubrir costos fijos, determinado como un porcentaje de las ventas, se incrementó a lo largo del período analizado, pasando del 33% en 1992, al 39% en 1993, al 40% en 1994 y al 48% en el período enero-septiembre de 1995. Este indicador, en valores absolutos muestra un descenso del 35% en 1993 y aumentos del 8% en 1994 y del 36% en el período enero-septiembre de 1995 respecto del mismo período del año anterior. Esta evolución está influenciada por el mix de tamaños.

Del análisis de los estados contables de SIGMAFI se desprende que su evolución patrimonial y financiera fue negativa en el período analizado, tanto en sus ventas y en sus resultados brutos, operativos y netos, como en sus niveles de endeudamiento y liquidez. Esta tendencia puede verse en particular en el ejercicio cerrado el 30 de junio de 1995. En particular, puede observarse la tendencia negativa de las ventas, de los resultados brutos, operativos y netos y de los indicadores de rentabilidad. También se produjo un significativo incremento en el endeudamiento de la empresa y un importante deterioro de su liquidez.

Debe destacarse que el incremento registrado en los saldos de bienes de uso y en el total del patrimonio neto en 1993, obedece a un revalúo técnico, no habiéndose producido incorporaciones en este rubro en todo el período analizado; por lo tanto, de no haberse practicado el citado revalúo, el saldo del patrimonio neto habría sido negativo en los ejercicios siguientes.

Los precios de venta al mercado interno de los imanes cerámicos de la industria nacional se incrementaron en el período investigado, en mayor proporción los de menor tamaño.

VII. IMPORTACIONES.

Las importaciones de imanes provienen en su totalidad del origen investigado (Brasil). Hasta 1990 las mismas eran prácticamente inexistentes, pero desde 1991 comenzaron a crecer fuertemente. Entre este último año y 1992 pasaron de 25.100 kg. a 122.000 kg. por año; en 1993 crecieron nuevamente 36.1%, en 1994 el 5.1% para tener un fuerte descenso del 47% en 1995. En síntesis, desde 1992 se ha consolidado el fuerte predominio de la producción brasileña de imanes en el mercado argentino.

Al analizar las importaciones discriminadas por tamaños en el período 1993-1995, se observa que los imanes medianos y los grandes fueron los más importantes en cuanto a su participación en los kilos totales importados, mientras que los imanes pequeños fueron tuvieron una participación marginal. Los imanes medianos representaron 63% del total de imanes importados medidos en kilos en 1993 y 1994, aumentando su participación al 87% en 1995. Los imanes grandes tuvieron una

¹⁸La incidencia de los costos de comercialización en el total pasó del 0,5% en 1992 al 2,1% en 1994 y 1995.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA EL CHA M. de DI VICO

DIRECTORA
COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



participación del 32%-33% en 1993 y 1994, descendiendo al 8% en 1995. En cuanto a los imanes pequeños, medidos en kilos, su participación en el total de imanes importados nunca superó el 5% del total, a pesar de que medidos en unidades, fueron los más importantes en 1993, con más de 800,000 imanes importados¹⁹.

Los precios medios FOB de importación del conjunto de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo fueron estables entre 1993 y 1994 para luego aumentar el 30% en 1995. Los precios FOB de los imanes medianos y grandes tuvieron un comportamiento similar al de todo el conjunto de imanes²⁰.

Los principales importadores de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo desde Brasil durante el período 1993-1995 fueron cuatro (LABORATORIOS FUNKEN, PRIMATER S.A.I.C., ARGENMAG S.A. y LEEA), pero solamente los tres primeros respondieron a los cuestionarios enviados por la SSCE y sólo el primero al enviado por la CNCE. Ellos concentran en conjunto una proporción importante y creciente de las importaciones. En 1993, representaron el 33% de las importaciones totales, pasando al 38% en 1994 y al 97% en 1995²¹. Asimismo, es posible apreciar el importante crecimiento de las importaciones realizadas por LABORATORIOS FUNKEN, que concentró más de la mitad de las importaciones realizadas durante el último año. La mencionada empresa señala que importa imanes de Brasil debido a que la producción nacional sólo es capaz de abastecer el 10% de los insumos necesarios para su producción de parlantes²². En este sentido, manifiesta que entre los factores más relevantes en la decisión de importar no figura el precio sino la disponibilidad del producto y su calidad. En cuanto a los plazos de pago, indica que SIGMAFI S.A. les concede un plazo de 45 días a partir de la fecha de la factura, mientras que SUPERGAUSS les otorga

¹⁹ Analizando las importaciones por medidas individuales de imanes en el período 1993-1995, se detectó que los imanes más comprados a Brasil fueron los imanes medianos de diámetros externos de 73 y 60 mm, con el 28% y el 16% del total de los kilogramos importados. Otro imán importante fue el imán grande de diámetro externo de 147 mm, con el 16% de los kilos importados. Otras dos medidas que superaron el 5% de lo importado en ese período fueron los imanes medianos de diámetro 86 mm y el de 71 mm, con el 8% y el 7% de los kilos importados. Ninguna de las demás medidas alcanzó el 5% de lo importado (medido en kilogramos).

²⁰ Esto es así debido a que los imanes medianos y grandes explican el 95% de las importaciones totales. Los medianos aumentaron un 11.4% en 1994 y un 28% en 1995, mientras que los grandes disminuyeron un 0.2% en 1994 y aumentaron un 25.4% en 1995, es decir, variaciones similares al del conjunto total de imanes.

²¹ Estas proporciones fueron calculadas con la información disponible. Es probable que muchos de los despachos de importación donde no se identificó al importador correspondan a los tres importadores que brindaron información, por lo que su participación en el total importado sea aún mayor, especialmente en los años 1993 y 1994.

²² En la lista de principales clientes informados por SIGMAFI S.A.I.C. esta firma representa el 0.8% de su facturación total.



60 días a partir de la fecha de embarque. Finalmente, remarca que las importaciones del producto denunciado no han afectado al mercado argentino de imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo.

La relación entre las importaciones denunciadas y la producción nacional se incrementó del 89.8% en 1992 al 351.1% en 1993, disminuyendo al 264.6% en 1994 y al 153.1% en el período enero-septiembre de 1995.

VIII. COMPETITIVIDAD DE PRECIOS Y PARTICIPACIONES DE MERCADO.

Los precios nacionalizados de las importaciones desde Brasil resultaron inferiores a los precios de la industria nacional durante todo el período investigado.

De la comparación de los precios del producto similar con los precios nacionalizados del total de importaciones desde Brasil, ambos ubicados en el depósito del distribuidor, resultan que los últimos han sido inferiores en el 13% en 1993, 30% en 1994 y 39% en el período enero-setiembre de 1995.

Los imanes brasileños han sido más baratos en todos los tamaños y años del período investigado y esta brecha de precios ha sido una causa importante de la pérdida de mercado de la industria argentina.

En cuanto a la estructura del consumo aparente, las ventas de producción nacional perdieron participación entre 1992 y 1994, año este último en que alcanzaron un mínimo de 24.2%. Paralelamente, las importaciones ganaron participación en el mercado, creciendo del 50.4% en 1992 al 75.8% en 1994²³. En los primeros nueve meses de 1995, las ventas de producción nacional incrementaron su participación al 27.1% y las importaciones la disminuyeron al 72.9%.

IX. ARGUMENTOS APORTADOS POR LAS PARTES SOBRE LA COMPETENCIA ENTRE EL PRODUCTO IMPORTADO INVESTIGADO Y EL SIMILAR DE PRODUCCIÓN NACIONAL.

Según la firma SIGMAFI, hasta 1990 la empresa trabajó bien, haciendo inversiones en la planta y trabajando a plena capacidad. A partir de 1992, el efecto de las importaciones hizo que la empresa redujera sensiblemente su producción. En la actualidad, solamente vende los faltantes de imanes de las empresas productoras de parlantes que sobrevivieron a la disminución del mercado de parlantes.

²³ Es interesante notar que la cuota de mercado de las importaciones investigadas en 1990 y 1991 fue de solo 1.6% y 9.9%, respectivamente.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELIZABETH DI VICO

COMISIÓN NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR



El principal cliente de la empresa en la actualidad es el productor de parlantes SONOLINK, que hace muchos años que trabaja con SIGMAFI. La firma SONOLINK posee una licencia para fabricar parlantes de una empresa de los Estados Unidos, quien autorizó a SIGMAFI a proveer los imanes a SONOLINK para producir parlantes. Por lo tanto, de acuerdo al representante de SIGMAFI, la calidad de los imanes de la empresa satisface los requerimientos de un fabricante estadounidense de parlantes. Además, en el pasado SIGMAFI exportaba imanes al Brasil, y de acuerdo a su representante, nunca recibió quejas ni devoluciones por parte de los usuarios de sus imanes.

En cuanto a la decisión de SIGMAFI de concentrarse en la producción de imanes de mayor tamaño, la principal razón es que la incidencia de la mano de obra es menor en el costo total de producir un imán de gran tamaño que producir uno pequeño o mediano. Por lo tanto, debido a que Brasil tendría un menor costo de mano de obra, la ventaja competitiva brasileña no sería tan grande en los imanes grandes, lo que llevó a SIGMAFI a producirlos y poder competir en ese segmento.

En cuanto a la productividad de las empresas brasileñas productoras de imanes, comparada con la de SIGMAFI, la empresa nacional expresó que el rendimiento de las maquinarias brasileñas (las prensas para los imanes) no era superior²⁴.

En cuanto a los precios domésticos brasileños, la empresa denunciante destacó que los niveles son similares a los precios domésticos registrados en Argentina, es decir, superiores a los precios FOB de exportación brasileños.

La firma importadora PRIMATER, expresó que importa hace 20 años, siendo la importación de imanes algo secundario en su negocio de importación. Para esta firma, la apertura económica aumentó la importación de parlantes, lo que achicó el mercado de imanes para la producción nacional de los mismos. Esta importación fue procedente tanto de Brasil como del sudeste asiático. El argumento que presentó este importador fue que si Brasil es competitivo para exportar parlantes, entonces sería improbable que los imanes brasileños se vendan en el mercado interno a precios altos.

La empresa de la cual importa PRIMATER es SUPERGAUSS, que exportaría el 70% de la producción a los EEUU, Italia, Rusia y Argentina (una pequeña proporción). En Brasil existen tres fábricas de imanes: SUPERGAUSS, ERIEZ y PHILIPS.

A partir de septiembre de 1994 y durante 1995, de acuerdo a PRIMATER, existió un muy importante aumento de la demanda mundial de imanes, lo que hizo aumentar el precio FOB del imán brasileño de SUPERGAUSS entre el 25 y el 55%. Brasil habría aumentado su producción para aprovechar el buen momento coyuntural del mercado internacional de imanes.

La opinión de este importador es que el negocio de los imanes cerámicos de grano orientado en forma de anillo se ha reducido en la Argentina, y que su empresa posee grandes stocks de imanes. En

²⁴ Inclusive destacó que el rendimiento de las prensas de SIGMAFI era superior al de las brasileñas.



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

ES COPIA FIEL

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELIZABETH M. DE DI VICO

DIRECTORA
COMISIÓN NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR



cuanto a quiénes son sus clientes, mencionó a los pequeños y medianos fabricantes de parlantes, que disminuyeron su número de 300 a 30.

La razón por la cual SIGMAFI dejó de importar la materia prima para producir imanes (hexaferrito de bario) para comenzar a comprarla localmente, fue que al disminuir fuertemente la producción, la importación de los insumos por camión resultaba muy caro, al no poder completar las 20 toneladas del camión.

En cuanto a las medidas producidas por SIGMAFI, se indicó que esta empresa abarcaría el 80% de las medidas posibles, salvo en los imanes muy grandes (aquellos de 200 y 220 mm de diámetro externo) de los cuales no poseen matrices. En cuanto al costo de una matriz para producir una medida de imán determinada, es de 20-25,000 dólares.

Con relación a las escalas de producción de empresas brasileñas y estadounidenses, son diez veces mayores a la de SIGMAFI, produciendo aquellas empresas unas 400 toneladas mensuales de imanes, mientras que SIGMAFI alcanzaría las 35 toneladas por mes a plena capacidad.

En referencia al aumento de precios de los imanes a nivel mundial en el período 1994-1995 que indicó PRIMATER, la empresa SIGMAFI no parece haberlo detectado.

En cuanto a la posibilidad de recuperación del mercado argentino de parlantes, y que ello lleve a la recuperación del mercado argentino de imanes, SIGMAFI no ve grandes cambios en el corto plazo. Por su parte, PRIMATER indicó que los fabricantes de televisores nacionales utilizan parlantes nacionales.

En relación con la posibilidad de exportar imanes grandes al Brasil, dado que SIGMAFI es más competitivo en ese tamaño de imanes con respecto a los medianos y pequeños, SIGMAFI expresó que no es fácil acceder a mercados externos si no es en muy grandes cantidades.

Por último, la empresa brasileña PHILIPS DO BRASIL expuso las razones por las cuales considera que no existiría daño a la empresa SIGMAFI derivado de las importaciones de imanes de Brasil. Argumenta que la producción nacional creció en el trienio 1993-1995, mientras que las ventas se mantuvieron estables medidas en toneladas, y crecieron medidas en pesos. En cuanto a las importaciones, PHILIPS argumenta que cayeron desde 181 toneladas en 1993 a 55 toneladas en 1995 (aproximado con datos del primer semestre), mientras que el consumo aparente lo hizo desde 240 toneladas a 106 toneladas (aproximado con datos del primer semestre). En consecuencia, la participación de SIGMAFI en el consumo aparente aumentó notablemente, según la firma brasileña. Por lo tanto, PHILIPS concluye que las importaciones denunciadas están en franco retroceso en los últimos



Ministerio de Economía
y Obras y Servicios Públicos
Comisión Nacional de Comercio Exterior

EXPEDIENTE CNCE N° 41/95
ACTA N° 251 - ANEXO I

Dra. LIDIA ELIANA M. de CIVICO

DIRECTORA
COMISION VAE DE C. DE
COMERCIO EXTERIOR



tres años, mientras que la producción nacional se está incrementando, por lo que no cabe inferir que exista daño a la producción nacional.²⁵

X. DETERMINACIÓN DE LA COMISIÓN SOBRE EL DAÑO A LA INDUSTRIA POR CAUSA DE LAS IMPORTACIONES INVESTIGADAS.

La competencia de la Comisión para expedirse sobre el daño a la producción nacional causado por importaciones realizadas en condiciones de competencia desleal surge del artículo 3 inciso a) del Decreto N° 766/94. En cuanto al alcance del informe sobre daño de la Comisión, el artículo 12 del mismo decreto establece que deberá incluir la "Evolución de los factores determinantes de la relación entre importaciones realizadas en condiciones de competencia desleal y el daño a la producción nacional,...". También expresa que "La prueba del daño a la producción nacional deberá fundarse en hechos e información objetiva y no en meras conjeturas o posibilidades remotas".

En el presente caso es aplicable como legislación básica sobre el dumping, el denominado Código Antidumping de la Ronda Tokio del GATT, que fuera incorporado a la legislación nacional por la Ley N° 24176. El Artículo 3 numeral 1 de dicho Código, establece el esquema al que deberá ajustarse la determinación de la existencia de daño y expresa textualmente:

"La determinación de la existencia de daño a los efectos del Artículo VI del Acuerdo General se basará en pruebas positivas y comprenderá un examen objetivo: a) del volumen de las importaciones objeto de dumping y su efecto en los precios de productos similares en el mercado interno, y b) de los efectos consiguientes de esas importaciones sobre los productores nacionales de tales productos".

Luego, el mismo Artículo 3 en el numeral 4 establece:

"Habrà de demostrarse que, por los efectos del dumping las importaciones objeto de dumping causan daño en el sentido del presente Código. Podrá haber otros factores que al mismo tiempo perjudiquen a la producción, y los daños causados por ellos no se habrán de atribuir a las importaciones objeto de dumping".

En este marco normativo la Comisión expondrá los fundamentos de su determinación.

De acuerdo a las pruebas que surgen de la investigación, el producto importado objeto de investigación por dumping es similar a la producción de la industria nacional precedentemente descrita. La Comisión analizó la evolución de las importaciones, habiendo arribado a la conclusión que la expansión de las importaciones investigadas se produjo fundamentalmente en el período 1990-93; desde

²⁵Téngase presente que el período analizado por la empresa brasileña parte de 1993, año donde SIGMAFI alcanzó el mínimo de producción del lapso 1990-1995 y donde las importaciones alcanzaron el segundo nivel máximo del mismo período.



entonces las importaciones disminuyeron tanto en unidades como en kilogramos. No obstante, tales importaciones han alcanzado una posición dominante en el mercado argentino con una participación de aproximadamente el 70% del consumo aparente nacional.

El crecimiento de las importaciones entre 1990 y 1993 produjo desplazamiento de ventas de producción nacional en el mercado interno, los que amenazaron a tener cierta recuperación desde 1994.

Paralelamente a la evolución de las importaciones de imanes cerámicos expuesta, han estado creciendo en forma continua las importaciones de parlantes terminados y equipos de audio con parlantes ya incorporados, proceso que ha estado afectando el mercado básico al que están dirigidos los imanes cerámicos. Constan en la investigación antecedentes que acreditarían que este proceso se inició hace aproximadamente 18 años.

Con relación al efecto de las importaciones sobre los precios del producto similar, constan en la investigación un margen de diferencia significativo en favor de los precios de los productos importados, así como el consenso entre las partes respecto a que los mismos son ventajosos; no obstante, el cambio de mix de producción y ventas y el aumento en los precios de los imanes más grandes, mejoró el ingreso por venta en el período 1993-95.

En la sección V se realizó el análisis de la situación de la industria nacional, arribando la Comisión a la conclusión de que la misma se encuentra muy deteriorada luego de un prolongado proceso de pérdida de mercado. La reducción de producción, ventas, capacidad instalada, empleo de personal, patrimonio y resultados, la han colocado en una muy difícil situación. No obstante, existen indicios de una cierta especialización en la producción de algunas medidas de imanes con mejores resultados y alguna recuperación de mercado.

En síntesis, existen pruebas sólidas de que la industria se halla dañada y que tal daño fue causado tanto por las importaciones investigadas, principalmente en el período anterior a la investigación, como por un proceso más prolongado de declinación de la producción de parlantes en Argentina.

No obstante, la Comisión debe determinar si "por los efectos del dumping, las importaciones objeto de dumping causan daño...". Para ello, la Comisión ha contado al momento de efectuar esta determinación con el "Informe Relativo a la Determinación Preliminar del Margen de Dumping" realizado por la Subsecretaría de Comercio Exterior; en el mismo se afirma que en esa etapa de la investigación no se habían podido acumular pruebas de dumping suficientes, pero que con la evidencia obtenida se determinó preliminarmente un margen poco significativo, del 5,63% para un exportador y del 2,15% para otro.

Esta ha sido la base respecto del margen de dumping que ha tenido en cuenta la Comisión al momento de expedirse, de donde resulta que la capacidad de producir daño del alegado dumping sería poco significativa.



Asimismo, de la investigación resultan varias causas distintas al dumping que causaron daño a la industria, a saber:

-El proceso de construcción del Mercosur dio lugar a que la producción brasileña acceda sin aranceles al mercado argentino.

-Los productores brasileños tienen fuertes economías de escala y mejores precios de la materia prima cerámica, lo que los convierten en exportadores a escala mundial.

-La industria del parlante y del audio ha estado declinando en Argentina durante muchos años, con el consiguiente deterioro del mercado de los imanes cerámicos.

Por lo tanto, la Comisión concluye que el daño a la industria nacional, si bien en parte ha sido causado por las importaciones investigadas, de determinarse márgenes de dumping, debe tenerse en cuenta la fuerte incidencia de las otras causas expuestas precedentemente.

XI. EFECTOS POTENCIALES DE LA APLICACIÓN DE DERECHOS ANTIDUMPING.

La imposición de medidas antidumping a la importación de imanes cerámicos desde Brasil, afectarían severamente a la industria de fabricación de parlantes de la República Argentina, la que ha sufrido un prolongado proceso de pérdida de mercado y actualmente se halla fuertemente integrada con la industria de imanes del Brasil.