



**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
 CORRECTORAS O PREGRADUADAS**

**INFORME TÉCNICO PREVIO A LA DETERMINACIÓN FINAL**  
**EXPEDIENTE CNCE N° 70/09**

Fecha: 14 de septiembre de 2012.  
 Informe: GI-GN/ITDF N° 07/12.

Información Sumaria	
Fecha de Presentación SICyPyME:	10 de noviembre de 2009.
N° de Expediente SICyPyME:	S01:0466108/2009
Fecha de Ingreso a la CNCE:	16 de noviembre de 2009.
N° de Expediente CNCE:	70/09.
Peticionante:	Inicio de Oficio.
Denominación del Producto Importado:	Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas.
Posiciones Arancelarias NCM/SIM:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9003.11.00.110, 9003.11.00.190, 9003.11.00.910, 9003.11.00.990,</li> <li>• 9003.19.10.110, 9003.19.10.190, 9003.19.10.210, 9003.19.10.290, 9003.19.10.910, 9003.19.10.990,</li> <li>• 9003.19.90.110, 9003.19.90.190, 9003.19.90.910, 9003.19.90.990,</li> <li>• 9004.10.00.111, 9004.10.00.119, 9004.10.00.121, 9004.10.00.129, 9004.10.00.131, 9004.10.00.139, 9004.10.00.191, 9004.10.00.199, 9004.10.00.211, 9004.10.00.212, 9004.10.00.219, 9004.10.00.291, 9004.10.00.292, 9004.10.00.299,</li> <li>• 9004.90.10.111, 9004.90.10.119, 9004.90.10.191, 9004.90.10.199, 9004.90.10.911, 9004.90.10.919, 9004.90.10.991 y 9004.90.10.999</li> </ul>
Origen del Producto Importado:	República Popular China.
Práctica Desleal:	Dumping.
Entidad acompañante del sector productor:	CADIOA (Cámara Argentina de Industrias Ópticas y Afines). • Representante Legal: Norberto Fermani, Vicepresidente.
Empresas productoras nacionales y representantes legales de cada firma:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L.G.I. S.R.L. (Norberto Fermani- Socio gerente).</li> <li>• RANIERI ARGENTINA S.A. (Pedro Ranieri- Presidente/ Tamara Ranieri- Apoderada).</li> <li>• ANTEOFER S.A. (Pedro Fermani- Presidente/ Elvira Pierantozzi de Fermani- Vicepresidente)</li> <li>• FEDON FLAVIO FIORAVANTE (Flavio Fedon- Titular)</li> <li>• MAS DE LO QUE VES S.R.L. (Daniel Longo- Socio Gerente)</li> <li>• ALBACETE S.A. (Alejandro Afeltra- Apoderado)</li> <li>• FRANCONI S.A. (Gabriel Luis Francioni- Presidente)</li> <li>• ANTEOJOS NIVEL UNO S.R.L. (Felipe Artacho- Gerente)</li> </ul>

*cauf*



Empresas Importadoras y representantes legales de cada firma:	LA OPTICA ( Alejandra Hartman- Directora / Raul Dumais-Director) ALFREDO ESTEBAN WARZAWSKI, LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., HORZY S.R.L., BRUCK'S, MONICA MARGARITA SOVANO, MANIK.COM S.A., JOALERI S.A. (Julio Alberto Vieito, Samanta L. Madsen Santamarina, Marcelo Eduardo Gallo, Hernán Martín Oriolo, Eduardo Martín Mujica, Mariano Beica y María Hebe Rinaldi- Apoderados)
Empresas Exportadoras y representantes legales de cada firma:	WENZHOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHENG INDUSTRY CO. LTD. ((Julio Alberto Vieito, Samanta L. Madsen Santamarina, Marcelo Eduardo Gallo, Hernán Martín Oriolo, Eduardo Martín Mujica, Mariano Beica y María Hebe Rinaldi- Apoderados)
Otras entidades:	CAPDEV -Cámara Argentina de Productos y Desarrollos para la Visión- (Juan Mazzarello- Apoderado)
Uso del Producto:	Protección contra el sol, soporte de lentes que corrigen defectos de la visión y para casos de presbicia.
Conforme CNCE respecto de la información aportada por las firmas productoras nacionales:	Acta de Directorio N° 1560 de fecha 7 de julio de 2010.
Viabilidad de Apertura de la Investigación:	7 de septiembre de 2010.
Conforme ex SSPyGC:	6 de octubre de 2010.
Recibido por CNCE:	7 de octubre de 2010.
Viabilidad de Apertura de la Investigación -Informe Complementario-:	28 de octubre de 2010.
Conforme ex SSPyGC:	4 de noviembre de 2010.
Recibido por CNCE:	4 de noviembre de 2010.
Fecha de Determinación de Daño y Causalidad Previa a la Apertura (Acta N° 1590)	15 de noviembre de 2010.
Fecha de Apertura de la Investigación (Res. Ex SlyC N° 75).	6 de abril de 2011, publicada en el B.O. el 7 de abril de 2011.
Fecha del Informe de Determinación Preliminar del Margen de Dumping:	19 de julio de 2011
Fecha de recepción en la CNCE:	17 de octubre de 2011
Fecha de Determinación Preliminar de Daño y Causalidad:	Acta de Directorio N° 1681 del 7 de diciembre de 2011.

*aus*



<b>Fecha de Autorización de uso de plazo adicional contemplado en el Artículo 5.10 del Acuerdo Relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994:</b>	12 de marzo de 2012.
<b>Fecha de incorporación de la "Información Sistematizada de los Hechos Esenciales":</b>	3 de agosto de 2012
<b>Fechas de las verificaciones:</b>	<b>Productores:</b> LGI: 29 y 30/05/2012 RANIERI: 9/03/2012 y 29/05/2012 FRANCIONI :N/C <b>Importadores:</b> HORZY: 28/02/2012 ALFREDO E. WARZSAWSKI: 6/03/2012 MANIK: 22/03/2012 BRUCK'S: 26/03/2012
<b>Legislación Aplicable:</b>	Ley N° 24.425 y Decreto Reglamentario N° 1393/08.
<b>Equipo Técnico:</b>	Alejandra Maisterra, Angelita Gonzalez García, Andrea Victoria Di Paolo, Emanuel Mascareño, Fernando Basta, Sebastian Cipolla, Sergio Longo, Romina Amarena y María Emilia Ayala Pacin.

*Am*  
*G*



## I. GLOSARIO.

Este glosario contiene las abreviaturas utilizadas por el equipo técnico en este informe, sin perjuicio de los que las Cámaras y las firmas productoras nacionales, importadoras y exportadoras hubieran empleado en sus presentaciones, en cuyo caso se transcriben textualmente y entre comillas en la sección pertinente del presente informe.

### I.1 Glosario de abreviaturas generales y específicas del caso

AAPCE: Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica.

AC: acrílico.

CADIOA: Cámara Argentina de Industrias Ópticas y Afines.

CAPDEV: Cámara Argentina de Productos y Desarrollos para la Visión

CAMEX: Cámara de Comercio Exterior.

CIF: Cost Insurance & Freight (Costo, Seguro y Flete).

CNCE: Comisión Nacional de Comercio Exterior.

C.P.C.C.N.: Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.

DCD: Dirección de Competencia Desleal.

DGA: Dirección General de Aduana.

ex – MEyP: Ex Ministerio de Economía y Producción.

ex – MEyOSP: Ex Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos.

FOB: Free on board (libre a bordo).

Fs.: Fojas.



GI: Gerencia de Investigaciones.

GN: Gerencia de Normas Comerciales.

GRILAMID TR-90: es un nailon homopoliaminado que se caracteriza por su extrema resistencia a la torsión, baja densidad y alta resistencia química al daño UV.

INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

INTI: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

ISHE: Información Sistematizada de los hechos Esenciales.

ISO: Organización Internacional Para la Normalización.

ITDF: Informe Técnico Previo a la Determinación Final.

ITDP: Informe Técnico Previo a la Determinación Preliminar.

ITPA: Informe Técnico Previo a la Apertura.

MERCOSUR: Mercado Común del Sur.

MEyFP: Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

NCM: Nomenclatura Común del MERCOSUR.

PC: Policarbonato.

₧ : Pesos argentinos.

S.A.: Sociedad Anónima.

SCEX: Secretaría de Comercio Exterior.

SG: Secretaría General.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Cecilia", written over the "SG" definition.



Ex -SIyC: Ex Secretaría de Industria y Comercio.

S.R.L.: Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Ex SICyPyME: ex Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa.

SIM: Sistema Informático María.

Ex SSPyGC: Ex Subsecretaría de Política y Gestión Comercial.

U\$S: Dólares estadounidenses.

*amp*  
UBA, UBV y UBC: radiaciones ultravioletas.



## II. ANTECEDENTES Y ACTUACIONES REALIZADOS POR Y ANTE LA COMISIÓN NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR <sup>1</sup> / <sup>2</sup>.

1. El 16 de noviembre de 2009, conforme a lo establecido por la ley 24.425 y su Decreto reglamentario N° 1393/08, la ex SSPyGC remitió copia de las presentes actuaciones a fin de que esta CNCE "...determine si se encuentran reunidas las condiciones para iniciar de oficio la correspondiente apertura de investigación de dumping" de Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas, originarios de la República Popular China<sup>3</sup>, Hong Kong y Taiwán. Las presentes actuaciones tramitan en la ex SICyPyME con el S01:0466108/2009. Asimismo, tramita en esta Comisión bajo el expediente CNCE N° 70/09, conforme la providencia SG N° 25/2009 (fs. 1/22).
2. El 11 de enero de 2010 se incorporó copia de las actuaciones tramitadas por la DCD ante la DGA, referidas a la información relativa a las posiciones arancelarias por las que ingresa el producto objeto de investigación(fs. 31/40).
3. Con fechas 18 de diciembre de 2009, 20 de abril de 2010 y 10 de junio de 2010 se requirió información adicional y aclaratoria, por intermedio de la DCD, a la CADIOA<sup>4</sup> y a las firmas productoras intervinientes en el expediente de la referencia –L.G.I. S.R.L., RANIERI ARGENTINA S.A.<sup>5</sup> y ANTEOFER S.A.<sup>6</sup>- (fs. 23/30, 394/6 y 431/6). Las respuestas a dichos requerimientos fueron recepcionados con fecha 13 de abril y 1° de junio de 2010 (fs. 44/393 y 400/30).
4. Con relación al último requerimiento -de fecha 10 de junio de 2010-, conforme la constancia plasmada en el acta de reunión celebrada en esta Comisión el 22 de junio del corriente con un representante de la firma L.G.I.<sup>7</sup>, el mismo fue dejado sin efecto y reemplazado por uno nuevo (fs. 437/8).
5. En las fechas 24, 29 y 30 de junio de 2010, la CADIOA y las firmas L.G.I. y RANIERI presentaron información, en respuesta al requerimiento de fecha 22 de junio del corriente año e información adicional (fs. 439/82).
6. El 7 de julio de 2010, luego de varios requerimientos de información a la CADIOA y a las firmas productoras intervinientes en el expediente de la referencia –L.G.I.

<sup>1</sup> Las fojas citadas en el presente informe corresponden al Expediente CNCE N° 70/09.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se menciona sólo la primera vez que se la nombra.

<sup>3</sup> En adelante, China.

<sup>4</sup> En adelante será denominada como CADIOA o Cámara indistintamente.

<sup>5</sup> En adelante RANIERI.

<sup>6</sup> Atento a la falta de información de la firma ANTEOFER, la misma no fue considerada para el ITPA y se hizo uso de "la mejor información disponible".

<sup>7</sup> Al respecto, se señala que la reunión se realizó a efectos de tratar temas relativos al expediente de la referencia.



S.R.L., RANIERI y ANTEOFER, por Acta de Directorio N° 1560 se comunicó a la ex SSPyGC que, de conformidad con lo establecido en el Artículo 6° del Decreto N° 1393/08, se habían subsanado los errores y omisiones detectados en la información aportada por las productoras nacionales (fs. 484/7).

7. Con fecha 6 de octubre de 2010, la ex SSPyGC remitió copia del Informe Relativo a la Viabilidad de Apertura de Investigación, elaborado por la DCD con fecha 7 de septiembre de 2010, por el cual, tomando en consideración la información obrante en las actuaciones, se calculó un presunto margen de dumping de 4.192,54%, por lo que, del análisis técnico efectuado por dicha Dirección "...habría elementos de prueba que permiten suponer las existencias de presuntas practicas de dumping en las operaciones de exportación hacia la REPÚBLICA ARGENTINA de 'anteojos de sol, armazones para anteojos recetados y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas' " originarias de la REPÚBLICA POPULAR CHINA (fs. 489/549).
8. Con fecha 4 de noviembre de 2010, la ex SSPyGC remitió copia del Informe Complementario Relativo a la Viabilidad de Apertura de Investigación, elaborado por la DCD con fecha 28 de octubre de 2010, por el cual se calculó un presunto margen de dumping de 3.979,43%, y de acuerdo al análisis técnico complementario efectuado por dicha Dirección, indicó que las conclusiones arribadas en el Informe Relativo a la Viabilidad de Apertura de Investigación elevado por esta Dirección respecto a que "...habría elementos de prueba que permiten suponer la existencia de presuntas practicas de dumping..." se mantienen y resultan aplicables para las operaciones de exportación de 'Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas'" originarias de la REPÚBLICA POPULAR CHINA (fs. 552/638).
9. El 15 de noviembre de 2010, mediante Acta de Directorio N° 1590, los miembros de Directorio de esta CNCE determinaron "...que existen suficientes pruebas de daño importante a la rama de producción nacional de anteojos de sol y armazones para anteojos, así como también de su relación de causalidad con las importaciones con presunto dumping originarias de China. En atención a ello se encuentran reunidos los requisitos exigidos por la legislación vigente para disponerse el inicio de una investigación respecto de las importaciones de





‘anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras pregraduadas’ originarias de la República Popular China”. Asimismo, se dispuso la inclusión del informe GI-GN/ITPA N° 15/10 en el expediente de referencia. Además se incorporaron las copias de las notas remitidas a las autoridades (fs. 639/726).

10. Con fecha 16 de noviembre de 2010, se remitieron a la DCD, los indicadores de Daño tenidos en cuenta por los miembros del Directorio de esta CNCE a los fines de la Determinación mencionada en el Acta que antecede (fs. 727/9).
11. Con fecha 11 de abril de 2011 la DCD remitió copia de la Resolución SIyC N° 75 del 6 de abril de 2011, publicada en el Boletín Oficial con fecha 7 de abril de 2011, por la que se procedió a la apertura de la presente investigación conjuntamente con el Informe de Recomendación fechado el 23 de noviembre de 2010. La citada Resolución resolvió proceder a “la apertura de investigación relativa a la existencia de dumping en las operaciones de exportación hacia la REPUBLICA ARGENTINA de anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas, originarias de la REPUBLICA POPULAR CHINA, mercadería que clasifica por la posición arancelaria de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.) 9003.11.00, 9003.19.10, 9003.19.90, 9004.10.00 y 9004.90.10 ( fs. 732/45).
12. Con fecha 14 de abril de 2011, se incorporó el proveído consignando las empresas contactadas a los fines de la reunión informativa con motivo de la presentación de cuestionarios (fs. 746/49). Los días 14 y 18 de abril de 2011 se llevaron a cabo las citadas reuniones con importadores y productores conforme consta en las Actas obrantes a fojas 750/2 y 835/7, respectivamente.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



13. El 14 de abril de 2011 la Cámara Argentina de Productos y Desarrollos para la Visión –CAPDEV-<sup>8/9</sup> realizó una presentación efectuando consideraciones y acompañó documentación y notas de revistas<sup>10</sup> (fs. 753/855).
14. El día 27 de abril de 2011, se procedió a incorporar al expediente los modelos de "Cuestionario para el Productor", "Cuestionario para el Importador" y "Cuestionario para el Exportador" elaborados por la CNCE, además de las notas de envío con las instrucciones para la descarga de los respectivos Cuestionarios a las firmas y entidades que se detallan en las Tablas II.1, II.2. y II.3, a la Cámara de Importadores de la República Argentina (CIRA)<sup>11</sup> y a la Embajada en la República Argentina de la REPÚBLICA POPULAR CHINA (fs. 883/1230). Entre los días 30 de mayo de 2011 y 15 de junio de 2011, se recibieron las respuestas a los mencionados cuestionarios, cuyo detalle también se agrega en las tablas precedentes.
15. En las Tablas II.4, II.5, II.6 y II.7 se presentan las actuaciones subsiguientes relacionadas con las referidas respuestas.
16. Con fecha 6 de junio de 2011 se reclamó a la firma exportadora WENZHOU SUNLINE la ratificación de la gestión realizada por parte del Estudio de Abeledo Gottheil Abogados, en virtud de haberse invocado el Art. 48 de C.P.C.C.N.. Al respecto se señala que a la fecha de elaboración del presente informe no se ha obtenido respuesta alguna por parte de la empresa (fs. 2358).
17. El 14 de junio de 2011 se solicitó a la CADIOA información relativa a producción y capacidad de producción nacional, la que fue proporcionada por la citada Cámara con fecha 16, 24 y 28 de junio ( fs. 3513, 3597 y 4046).

<sup>8</sup> Es una Cámara que agrupa empresas dedicadas a la producción y desarrollo de artículos para la salud visual (anteojos de sol, armazones para anteojos, lentes solares y oftálmicas, lentes de contacto y estuches para anteojos). La entidad nació en el año 2005 para agrupar empresas que incorporan una nueva generación productiva (crear productos y desarrollos a partir de nuevas formas que incluyen la aplicación de inversión, tecnologías y materiales de última generación y un fuerte componente de diseño argentino). Vale aclarar que las empresas asociadas a esta entidad son 9, a saber: SHARGO S.R.L., OPTITECH S.R.L., OPTIWAY S.R.L., OPTISOL S.R.L., PATAGONIA MEDICAL S.A., PROYECTO VISIÓN S.A., EXTREMO S.A., CORPORACIÓN PUNTO ALPHA S.R.L. y PELAYO GAFAS, quienes son titulares Y/o licenciatarios de marcas como TERESA CALANDRA, MDQ, DANIEL CASSIN, URBAN PEOPLE, WESTBURY, DYNAMO, MARILYN, OPTITECH, FLEUR, DUNORD, SAIL BASICS, CACHAREL, OSH KOSH, BAJITOS, TRAVESURAS, ADRIANA COSTANTINI, NADIA BRUZZI, UOMO, AIRLIGHT, CONCEPTOS, POUR HOMME, MISTRAL, KEVINGSTON, BORSALINO, STONE, EXPLOIT, LOONEY TUNES, MASK, HARRY POTTER, PASSPORT, PATAGONIA, ALBERTA FERRETI, CH, CIUDADANO, INFINIT y MANIAC (fs. 753/7).

<sup>9</sup> Si bien la Cámara se define como entidad agrupante de empresas dedicadas a la producción y desarrollo de productos ópticos, en su oportunidad respondió el Cuestionario para el Importador. En tal cuestionario indica que sus asociadas les proporcionan a los fabricantes extranjeros determinadas pautas exclusivas de fabricación (diseños, estilos acordes a cada marca, tamaños y colores), ver fs. 2422/3 y 4245.

<sup>10</sup> Para mayor detalle acerca de dossier CAPDEV, nota de la revista Fotóptica, campañas de salud visual promovidas por la CAPDEV, presentaciones efectuadas ante la DGA, la ex SICyPYME y Ministerio de Salud, remitirse a las citadas fojas.

<sup>11</sup> En adelante, CIRA.



18. El 27 de junio de 2011, se dejó constancia en las presentes actuaciones que atento lo dispuesto en la Ley N° 17.622 de Secreto Estadístico y el Dictamen 748/08 (DV DRTA), esta Comisión procedió de oficio al desglose y reserva en el expediente confidencial de la versión original de los Cuadros N° 3 y N° 4.1 presentados por las firmas ARITAM S.R.L., HORZY S.R.L., BRUCK'S S.A., MANIK.COM S.A. y MONICA MARGARITA SOVANO, agregando copia fiel de los mismos sin la columna "Proveedor" al expediente público (fs. 2933/4, 2893/8, 3139/42, 3223/5 y 2792/4). Asimismo, se notificó a las referidas empresas mediante Nota CNCE/GIGN de la situación descripta (fs. 3599).
19. Con fecha 6 de julio de 2011, la DCD remitió copia de una presentación efectuada por la CAPDEV en la mencionada Dirección el día 5 de julio de 2011 (fs. 4534/44).
20. El 15 de julio de 2011, se procedió al glose y posterior refoliado de la información suministrada por las firmas GLASSORAMA S.A para la cual, dicha empresa, solicitó el levantamiento del carácter confidencial (fs. 4742/3).
21. El 18 de julio de 2011, se dejó constancia en las presentes actuaciones que, teniendo en cuenta los plazos a los que se encuentra sujeto el presente procedimiento, el equipo técnico de esta CNCE, basará el presente Informe Técnico Previo a la Determinación Preliminar sobre la información recibida hasta la fecha (Decreto Reglamentario-Texto Ordenado Decreto 1759/91, de la Ley de Procedimientos Administrativos - Ley 19.549). Asimismo, se dejó constancia que la información que ha quedado inconclusa, será analizada y considerada, de corresponder, en la siguiente etapa de la investigación<sup>12</sup> (fs. 4744).
22. El día 17 de octubre de 2011, se recibió de la SSPyGC el Informe de Determinación Preliminar del Margen de Dumping, elaborado por la DCD el 19 de julio de 2011, en el cual estimó que "...a partir del procesamiento y análisis efectuado de toda documentación obrante en el expediente en esta instancia de la investigación, se han reunido elementos que permiten determinar preliminarmente la existencia de margen de dumping en la exportación hacia la REPUBLICA ARGENTINA de "Anteojos de sol, amazones para anteojos y gafas (anteojos)

<sup>12</sup> A saber: respuesta extemporánea de la firma productora VERTA CARLOS; respuesta a notas de errores y omisiones de las firmas exportadoras GUQUAN y ZHEJIANG, información acompañada por las firmas productoras ORBITAL INTERNACIONAL S.R.L., RAMON ANTONIO ROJAS, MIGUEL CHIUSSANO, LIONTI S.A., CARLOS DULIO ESPÍNDILA, EUROLINT, ARQUÍMEDEZ RODRÍGUEZ, BLESS (ROMINA TRINCERI), AMERICAN NEW VISION, DALMETAL S.R.L. y SIRMIONE S.A. atento no haber cumplimentado la acreditación de personería, e información pendiente de retiro por la firma importadora GLASSORAMA S.R.L. referida a Cuadros N° 9 y Listas de precios atento haber optado por el retiro de la misma.



correctoras o pregraduadas". El presunto margen de dumping determinado preliminarmente ascendió a 3495% (fs. 4819/985).

23. Con fecha 19 de octubre de 2011, las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A. y HORZY S.R.L., presentaron un escrito informando la adquisición de anteojos y armazones en el mercado brasilero similares a los importados por ellas, aclarando que la correspondiente factura de compra y las muestras habían sido entregadas a la DCD. En esta oportunidad también realizaron consideraciones respecto del contrabando (fs. 4986/5028). La misma presentación fue remitida por la DCD con fecha 21 de noviembre de 2011 (fs. 5087/5104).
24. El 21 de octubre de 2011 la ex SSPyGC, comunicó a la esta CNCE que la ex SlyC había autorizado "hacer uso del plazo adicional de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 29, segundo párrafo, del Decreto N° 1393/08... a los fines de elevar el Informe de Determinación definitiva de Dumping" (fs. 5029). Atento a ello, con fecha 3 de noviembre de 2011 se solicitó a la ex SlyC que "... teniendo en cuenta que la Autoridad de Aplicación ha dispuesto hacer uso de un plazo adicional conforme lo establecido en el artículo 29 del Decreto 1393/08, atento a la complejidad técnica del caso y ante la imposibilidad de cumplir con los plazos establecidos para la Determinación Final de Daño, se autorice a esta Comisión a hacer uso del plazo adicional previsto en el Artículo 30, segundo párrafo del Decreto Reglamentario N° 1393/08" (fs. 5031/4). Esta autorización fue formalizada mediante Nota ex SSPyGC N° 258/11 recibida en la CNCE con fecha 23 de noviembre de 2011 (fs. 5106).
25. Con fecha 9 de noviembre de 2011, la DCD remitió copia de un presentación efectuada por las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A. , HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO y por las firmas exportadoras WHENZOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHEN INDUSTRY CO., mediante la cual realizaron manifestaciones y ofrecieron pruebas (fs. 5035/86).

*Handwritten signature in blue ink.*



26. El 1° de diciembre de 2011, la CADIOA presentó un escrito con consideraciones respecto de la posibilidad de la industria nacional de abastecer la demanda del mercado interno (fs. 5107/9).
27. El 7 de diciembre de 2011, el Directorio de esta CNCE, mediante Acta N° 1681, por unanimidad dispuso la inclusión del informe GI-GN/ITDP N° 07/11, determinó preliminarmente que "...la rama de producción nacional de anteojos y armazones sufre daño importante y que ese daño es causado por las importaciones de 'Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas' con presunto dumping originarias de la República Popular China estableciéndose así los extremos de la relación causal requeridos para continuar con la investigación". En la misma fecha se remitió copia a la ex - SlyC y a la ex SSPyGC (fs. 5110/360).
28. El 12 de diciembre de 2011, atento a lo dispuesto por el artículo 24 de Decreto Reglamentario N° 1393/08, se notificó a las empresas acreditadas en las presentes actuaciones de la determinación preliminar efectuada por el Directorio de esta Comisión mediante Acta N° 1681, y se les comunicó que se había resuelto fijar como fecha límite el día 26 de diciembre de 2011 para que las partes, de considerarlo pertinente, ofrezcan sus pruebas conforme lo contemplado en el artículo 18 del citado Decreto Reglamentario (fs. 5361/418). El 15 de diciembre se les comunicó a las partes que el vencimiento del plazo que les fuera comunicado con fecha 12 de diciembre, conforme los asuetos establecidos mediante Decreto N° 184/2011, operaría el 28 de diciembre de 2011 (fs. 5425/56).
- Para mayor detalle acerca de las actuaciones relativas al ofrecimiento y producción de la prueba, ver Anexo III del presente informe.
29. En la misma fecha, esta CNCE le remitió a la DCD los indicadores de daño tenidos en cuenta en la Determinación Preliminar de Daño y Causalidad efectuada por el Directorio de esta Comisión – punto 27 de la presente Sección- (fs. 5419/22).
30. Con fecha 28 de diciembre de 2011, la CAPDEV efectuó una presentación con consideraciones respecto de la planificación de constitución de una UTE y un plan de ampliación de la producción por parte de las empresas asociadas (fs. 5471/490).



31. En la misma fecha se recibió una presentación relativa al ofrecimiento de prueba de las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A. , HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO y por las firmas exportadoras WHENZOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHEN INDUSTRY CO. (fs. 5491/531).
32. El 18 de enero de 2012 se solicitó a la DCD la remisión de las muestras de anteojos que fueran presentadas por las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A. , HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO, mediante escrito de fecha 26 de septiembre de 2011 e informado a esta CNCE con fecha 19 de octubre de 2011 (fs. 5531 bis). Las mismas fueron remitidas por la SCEX el 3 de febrero de 2012 (fs. 5554/6).
33. El 1º de febrero de 2012, se notificó a la firmas productoras LGI, RANIERI y FRANCONI, y a las firmas importadoras HORZY S.R.L., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A. y BRUCK'S S.A., que esta CNCE había decidido realizar verificaciones "in situ" en las plantas y/u oficinas de las empresas, las que serían llevadas a cabo por los técnicos de esta Comisión (fs. 5541/51). En las Tablas N° II.8 y N° II.9 que se presentan al final de la presente sección, se detallan las actuaciones relacionadas con las verificaciones.
34. El 7 de febrero de 2012 la SCEX remitió copia de la una presentación efectuada por la CADIOA (fs. 5561/5).
35. Con fecha 5 de marzo de 2012 se solicitó a la SCEX que "... atento a la complejidad técnica del caso, extienda el plazo de la investigación a fin de que esta Comisión efectúe su Determinación Final de Daño, conforme lo previsto en el Artículo 32, segundo párrafo del Decreto Reglamentario N° 1393/08" (fs. 5574/5). Esta autorización fue formalizada mediante Nota SCEX N° 768/12 recibida en la CNCE con fecha 12 de abril de 2012 (fs. 5670).



36. El 12 de marzo de 2012, la SCEEx mediante Nota N° 526/12 solicitó a esta CNCE "atento lo dispuesto en el Artículo 3 del Decreto Reglamentario N° 766/1994... tenga a bien proponer las medidas provisionales... para paliar el daño a la industria nacional" (fs. 5593).
37. El 4 de abril de 2012, se realizó una reunión entre miembros del equipo técnico y el representante de la CADIOA, en la que la mencionada Cámara hizo entrega de listas de precios (sin IVA) de cristales y calibrados vigentes en el mercado (fs. 5635/40).
38. Con fecha 4 de mayo de 2012, la CADIOA presentó un escrito respondiendo a los dichos de la CAPDEV de fecha 28 de diciembre de 2011 (fs. 5674/82).
39. El 15 de mayo de 2012, la firma productora FRANCIONI presentó un escrito solicitando la aplicación de medidas preventivas (fs. 5693).
40. EL 26 de junio de 2012 se dejó constancia en las actuaciones del presente expediente de que esta CNCE basaría la "Información Sistematizada de los Hechos Esenciales sobre la información recibida hasta el día de la fecha, con miras a la elaboración del mencionado Informe Técnico en el marco de la presente investigación, a efectos de, luego de su incorporación a las presentes actuaciones, y según lo establecido por el Art. 6.9 del Acuerdo Relativo a la Aplicación del Artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, invitar a las partes a que examinen toda la información disponible, y de considerarlo oportuno presenten sus alegatos con miras a la Determinación Final de la CNCE" (fs. 5747).
41. Con fecha 19 de julio de 2012 se remitió a la SCEEx copia del Acta de Directorio N° 1704 del día de la fecha, de recomendación de medida provisional (fs. 5749/66).
42. El 25 de julio de 2012, la CNCE remitió nuevamente a la DCD los indicadores de daño tenidos en cuenta en la Determinación Preliminar de Daño y Causalidad efectuada por el Directorio de esta Comisión – punto 27 de la presente Sección- , atento que la copia enviada oportunamente omitía las dos últimas líneas del tercer folio (fs. 5768/73).



43. El 3 de agosto de 2012, se procedió a incorporar a las presentes actuaciones la "Información Sistematizada de los Hechos Esenciales" (Informe GI-GN/ ISHE N° 07/12), conforme lo dispuesto por el Directorio de esta Comisión mediante MEMORÁNDUM DIR N° 15/12, de fecha 3 de agosto de 2012 (fs. 5774).
44. En la misma fecha se le hizo saber a las partes que se encontraba a disposición el ISHE elaborado por la CNCE, a efectos de que las partes tomaran vista y examinasen toda la información disponible en las actuaciones de la referencia y que, hasta el día 21 de agosto de 2012, ejercitaran la defensa de sus intereses efectuando sus consideraciones finales acerca de lo actuado en base a la mencionada información si lo estimaren conveniente (fs. 6103/25).
45. Entre los días 19 y 22 de agosto de 2012<sup>13-14</sup>, se recibieron las consideraciones finales de la CADIOA, de la CAPDEV y de las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A., HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO y por las firmas exportadoras WHENZOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHEN INDUSTRY CO. (fs. 6138//41 y 6143/61).
46. Con fecha 23 de agosto de 2012 se hizo saber a las partes que, atento a haberse detectado que por un error material se incorporó en el Informe: GI-GN ISHE N° 07/12 una versión incompleta de la Sección IV- Producto Similar, se procedía a incorporar al expediente de la referencia una nueva versión en su reemplazo y, hasta el 6 de septiembre de 2012 podrían efectuar consideraciones en base a la mencionada información (fs. 6163/35).
47. El 6 de septiembre se recibió un escrito con consideraciones por parte de las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A., HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO y por las firmas exportadoras WHENZOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHEN INDUSTRY CO. (fs. 6247/9).

<sup>13</sup> Cabe destacar que las presentaciones recibidas dentro de las dos primeras horas hábiles del día siguiente al vencimiento del plazo, se las considera realizadas en tiempo oportuno, conforme lo dispuesto por el Art. 25, último párrafo del Reglamento de Procedimiento Administrativo, Decreto N° 1759/72.

<sup>14</sup> Respecto de la fecha de presentación de las consideraciones de la firma GRAVENT, ver otorgamiento de prórroga explicitado en el párrafo anterior (punto 62).





Tabla II.1. Cuestionarios para el productor de la CNCE

EMPRESAS	Respondió si/no	Tipo de respuesta al Cuestionario
CADIOA	NO. Presentó información sobre producción y capacidad de producción nacional (fs. 1926/7).	N/C
LIONTI P.P.	NO	N/C
VERTA CARLOS	SI, extemporáneamente (21/06/2011, fs. 3514/22)	Será analizado con posterioridad, conforme surge de proveído obrante a fs. 4744.
ALBACETE S.A.	SI	COMPLETA
CHOPTICAL S.A.	NO	N/C
ANTEOFER S.A.	SI	INCOMPLETA <sup>15</sup>
ARMOCEL S.A.	NO	N/C
ALFA	NO	N/C
EUROLENT S.R.L.	SI, pero no cumplimentó la acreditación de personería, por lo tanto no será considerada su respuesta en esta etapa de la investigación.	INCOMPLETA <sup>16</sup>
ITAMET S.A.	NO	N/C
FRANCIONI S.A.	SI	COMPLETA
FEDON FLAVIO F.	SI	INCOMPLETA <sup>17</sup>
AMERICAN NEW VISION	SI	INCOMPLETA <sup>18</sup>
DALMETAL S.R.L.	SI	INCOMPLETA <sup>19</sup>
ANTEOJOS NIVEL UNO S.R.L.	SI	INCOMPLETA <sup>20</sup>
MAS DE LO QUE VES S.R.L.	SI	INCOMPLETA <sup>21</sup>
RANIERI ARGENTINA S.A.	SI	COMPLETA
ORBITAL INTERNACIONAL S.R.L.	SI, pero no cumplimentó la acreditación de personería, por lo tanto no será considerada su respuesta en esta etapa de la investigación.	INCOMPLETA.
LGI S.R.L.	SI	COMPLETA

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

<sup>15</sup> No acompañó el Anexo Estadístico del Cuestionario.

<sup>16</sup> Sólo informó capacidad de producción anual y punto 1 del Cuestionario.

<sup>17</sup> No acompañó el Anexo Estadístico del Cuestionario.

<sup>18</sup> No acompañó el Anexo Estadístico del Cuestionario.

<sup>19</sup> No acompañó el Anexo Estadístico del Cuestionario.

<sup>20</sup> No acompañó el Anexo Estadístico del Cuestionario.

<sup>21</sup> Del Anexo Estadístico solamente completó los Cuadros N° 3.2.1 y 3.2.2. de Ventas y N° 6 de Empleo y Masa Salarial.



Tabla II.2. Cuestionarios para el Importador de la CNCE

EMPRESAS	Respondió si/no	Tipo de respuesta al Cuestionario
CAMARA DE IMPORTADORES DE LA REPÚBLICA ARGENTINA – CIRA <sup>22</sup>	NO	N/C
CORPORACION PUNTO ALPHA S.R.L.	NO	N/C
JOALERI S.A. <sup>23</sup>	NO	N/C
ANGEL M. LENTES	NO	N/C
HORZY S.R.L.	SI	COMPLETA
ARITAM S.R.L.	SI	COMPLETA
BRUCK' S S.R.L.	SI	COMPLETA
SUN OPTICALS GROUP S.C.	NO	N/C
MANIK.COM S.A.	SI	COMPLETA
CAPDEV	SI	INCOMPLETA <sup>24</sup>
OPTITECH S.R.L.	NO	N/C
SHARGO S.R.L.	NO	N/C
EYE CULTURE S.A.	NO	N/C
GLASSORAMA S.R.L.	SI	COMPLETA
LOVELI S.A.	SI	COMPLETA
ALLTOYS S.A.	NO	N/C
COSMÉTICOS ANGOSTURA S.A.	NO <sup>25</sup>	N/C
EXTREMO S.A. <sup>26</sup>	NO	N/C
LATIN COMPANY S.A.	NO	N/C
LOVE & CARE S.A.	NO	N/C
SHIMISA DE COMERCIO EXTERIOR S.A.	NO	N/C
TOMAIAN CHRISTIAN MARCELO	NO	N/C
MONICA MARGARITA SOVANO <sup>27</sup>	SI	COMPLETA
UNIFY S.A. <sup>28</sup>	NO	N/C
WARSZAWSKI ALFREDO ESTEBAN <sup>29</sup>	SI	COMPLETA
INFINIT	NO	N/C
LA OPTICA S.A.	NO <sup>30</sup>	N/C

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

<sup>22</sup> En adelante, CIRA.

<sup>23</sup> A fs. 1907 solicitó prórroga, la que fue concedida hasta el 15 de junio de 2001, sin obtenerse respuesta alguna a la fecha de elaboración del presente informe.

<sup>24</sup> Remitió información cualitativa de producto y mercado que le fuera proporcionada por sus empresas asociadas.

<sup>25</sup> A fs. 1260 del expediente obra constancia de que el Cuestionario fue devuelto por el Correo Argentino atento a que la empresa "se mudó". Al respecto, se señala que la dirección a la que fue enviado fue tomada de la base de datos de esta Comisión y constatada a través de la Web. Asimismo, conforme surge del proveído de fs. 746/9, esta empresa no había podido ser contactada telefónicamente en oportunidad de declararse la apertura de la investigación.

<sup>26</sup> A fs. 1261 del expediente obra constancia de que el Cuestionario fue devuelto por el Correo Argentino atento a que la empresa "se mudó". Al respecto, se señala que la dirección a la que fue enviado fue tomada de la base de datos de esta Comisión y constatada con la propia empresa, dado que conforme surge del proveído de fs. 746/9, esta empresa había podido ser contactada telefónicamente en oportunidad de declararse la apertura de la investigación.

<sup>27</sup> En adelante, SOVANO.

<sup>28</sup> A fs. 1262 del expediente obra constancia de que el Cuestionario fue devuelto por el Correo Argentino atento a que la empresa "se mudó". Al respecto, se señala que la dirección a la que fue enviado fue tomada de la base de datos de esta Comisión y constatada a través de la Web. Asimismo, conforme surge del proveído de fs. 746/9, esta empresa no había podido ser contactada telefónicamente en oportunidad de declararse la apertura de la investigación.

<sup>29</sup> En adelante, WARSZAWSKI.

<sup>30</sup> A fs. 1265 solicitó prórroga, la que fue concedida hasta el 15 de junio de 2001 (fs. 1267), sin obtenerse respuesta alguna a la fecha de elaboración del presente informe.



Tabla II.3. Cuestionarios para el exportador de la CNCE<sup>31</sup>

EMPRESAS	Respondió si/no	Tipo de respuesta al Cuestionario
EMBAJADA DE CHINA EN LA REPÚBLICA ARGENTINA <sup>32</sup>	NO	N/C
ZHEJIANG KANGCHENG INDUSTRY CO. LTD. <sup>33</sup>	SI	INCOMPLETA <sup>34</sup>
WENZHOU GUQUAN TRADING CO. LTD. <sup>35</sup>	SI	INCOMPLETA <sup>36</sup>
WENZHOU SUNLINE OPTICAL CO. LTD. <sup>37</sup>	NO, ni siquiera cumplimentó la acreditación de personería.	N/C

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

<sup>31</sup> Solamente se envió el Cuestionario a la Embajada de China en la República Argentina. Las empresas se presentaron de manera espontánea.

<sup>32</sup> En adelante, la Embajada.

<sup>33</sup> En adelante, ZHEJIANG.

<sup>34</sup> No respondió en plazo el requerimiento de errores y omisiones de la CNCE.

<sup>35</sup> En adelante, GUQUAN.

<sup>36</sup> No respondió en plazo el requerimiento de errores y omisiones de la CNCE.

<sup>37</sup> En adelante, SUNLINE.



**Tabla II.4. Síntesis de las Actuaciones Relativas a los Cuestionarios para el Productor de la CNCE consideradas en el presente informe<sup>38</sup>**

	FEDON FLAVIO	MAS DE LO QUE VES	ALBACETE	LGI	RANIERI	ANTEOJOS NIVEL UNO	ANTEOFER	FRANCIONI
Fecha vencimiento original para responder Cuestionario	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011
Prórrogas solicitada para responder Cuestionario	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Vencimiento prórrogas establecido por CNCE	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Segunda Prórroga solicitada para responder Cuestionario	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Vencimiento prórrogas establecido por CNCE	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Fecha de presentación del Cuestionario	30/05/11 (fs.1279/98)	30/05/11 (fs.1299/390)	30/05/11 (fs.1391/527)	30/05/11 (fs.1528/675)	30/05/11 (fs.1676/905)	3/06/11 (fs. 2268/347)	2/06/2011 (fs.2026/99)	2/06/2011 (fs.2100/96)
1º Nota de errores y omisiones	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2395/7)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2366/8)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento o 21/06/2011 (fs. 2409/12)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2403/5)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2363/4)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2369/71)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2372/4)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2406/8)
Prórroga solicitada	-----	-----	-----	-----	21/06/2011 (fs. 3493/5 y 3574/5)	-----	-----	21/06/2011 (fs. 3496)
Vencimiento establecido por la CNCE:	-----	-----	-----	-----	27/06/2011 (fs. 3582/3)	-----	-----	27/06/2011 (fs. 3580/1)
Respuesta a 1º Errores y Omisiones	21/06/2011 (fs. 3498/503)	22/06/2011 (fs. 3523/63)	16/06/2011 (fs. 3284/318)	16/06/2011 (fs. 3319/483)	27/06/2011 (fs. 3620/742)	21/06/2011 (fs. 3504/12)	21/06/2011 (fs. 3484/9)	27/06/2011 (fs. 3600/19)
Subsiguientes notas sobre confidencialidad:	-----	-----	Salida CNCE 30/06/2011 Vencimiento o 5/07/2011 (fs. 4089/90)	Salida CNCE 30/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4079/80) Salida CNCE 6/07/2011 fs. 4532/3) y Vencimiento: 12/07/2011	Salida CNCE 30/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4085/8) Salida 6/07/2011 (fs. 4532/3) Vencimiento 12/07/2011 Salida 13/07/2011 (fs. 4712/3)	-----	-----	Salida CNCE 30/06/2011 <sup>39</sup> Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4081/2)
Prórroga solicitada	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Respuestas	-----	-----	-----	4/07/2011 y 7/07/2011 (fs. 4180/1 y 4547/8) y 12/07/2011 (fs. 4601/29)	4/07/2011 (fs. 4091/179) 14/07/2011 (fs. 4724)	-----	-----	-----

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

<sup>38</sup> Cabe destacar que las presentaciones recibidas dentro de las dos primeras horas hábiles del día siguiente al del vencimiento del plazo, se las considera realizadas en tiempo oportuno, conforme lo dispuesto por el Art. 25, último párrafo del Reglamento de Procedimiento Administrativo, Decreto N° 1759/72.

<sup>39</sup> Cabe señalar que a esta empresa se le solicitó que, "ni bien la empresa los tenga disponibles", acompañara los estados contables correspondientes a los últimos 3 (tres) ejercicios económicos, no habiéndose obtenido respuesta a la fecha de elaboración del presente informe.



**Tabla II.5. Síntesis de las Actuaciones Relativas a los Cuestionarios para el Productor de la CNCE NO consideradas en el presente informe por falta de acreditación de personería<sup>40/41</sup>**

	ARQUIMEDES RODRIGUEZ	BLESS	EURO LENT	LIONTI	CARLOS DULIO ESPINDOLA	MIGUEL CHIUSANO	RAMON ANTONIO ROJAS	SIRMIONE (ITAMET)	DALMET AL	ORBITAL	AMERICAN NEW VISION
Fecha vencimiento original para responder Cuestionario	3/06/2011	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11	3/06/11
Prórrogas solicitada para responder Cuestionario	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Vencimiento o prórrogas establecido por CNCE	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Segunda Prórroga solicitada para responder Cuestionario	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Vencimiento o prórrogas establecido por CNCE	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Fecha de presentación del Cuestionario	2/06/2011 (fs. 1931/8)	2/06/2011 (fs. 1940/8)	2/06/2011 (fs. 1949/57)	2/06/2011 (fs. 1958/66)	2/06/2011 (fs. 1967/75)	2/06/2011 (fs. 1976/84)	2/06/2011 (fs. 1985/93)	2/06/2011 (fs. 1994/2025)	2/06/2011 (fs. 2197/228)	2/06/2011 (fs. 2229/61)	3/06/2011 (fs. 2265/7)
1º Nota de errores y omisiones	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2386/7)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2388/9)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2383/5)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2379/80)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2381/2)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2377/8)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2375/6)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2401/2)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2392/4)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2398/400)	Salida CNCE 14/06/2011 Vencimiento 21/06/2011 (fs. 2390/1)
Prórroga solicitada	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	Solicitud: 20/06/2011 (fs. 3490) Vencimiento: 27/06/2011 (fs. 3585/6)	Solicitud: 22/06/2011 (fs. 3576) Vencimiento: 27/06/2011 (fs. 3584)

<sup>40</sup> Cabe destacar que las presentaciones recibidas dentro de las dos primeras horas hábiles del día siguiente al del vencimiento del plazo, se las considera realizadas en tiempo oportuno, conforme lo dispuesto por el Art. 25, último párrafo del Reglamento de Procedimiento Administrativo, Decreto N° 1759/72.

<sup>41</sup> Las empresas consignadas en la presente Tabla en oportunidad de su respuesta informaron en su gran mayoría la capacidad de producción anual y al punto 1 del Cuestionario, solamente algunas informaron algo más del cuestionario. Para mayor detalle remitirse a las fojas citadas correspondientes a cada una de las respuestas.



**Tabla II.5. Síntesis de las Actuaciones Relativas a los Cuestionarios para el Productor de la CNCE NO consideradas en el presente informe por falta de acreditación de personería<sup>42,43</sup> (Continuación).**

Respuesta a 1º Errores y Omisiones	-----	-----	22/06/2011 (fs. 3564/73) <sup>44</sup>	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
2º Nota de Errores y Omisiones	-----	-----	Salida CNCE 30/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4083/4)	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Prórroga solicitada	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Respuesta a 2º Errores y Omisiones	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

*Acusé*

*6*

<sup>42</sup> Cabe destacar que las presentaciones recibidas dentro de las dos primeras horas hábiles del día siguiente al del vencimiento del plazo, se las considera realizadas en tiempo oportuno, conforme lo dispuesto por el Art. 25, último párrafo del Reglamento de Procedimiento Administrativo, Decreto N° 1759/72.

<sup>43</sup> Las empresas consignadas en la presente Tabla en oportunidad de su respuesta informaron en su gran mayoría la capacidad de producción anual y al punto 1 del Cuestionario, solamente algunas informaron algo más del cuestionario. Para mayor detalle remitirse a las fojas citadas correspondientes a cada una de las respuestas.

<sup>44</sup> Al respecto cabe señalar que esta empresa no cumplimentó la presentación de la documentación para acreditar su personería, por tal motivo no puede ser considerada su información.



**Tabla II.6. Síntesis de las Actuaciones Relativas a los Cuestionarios para el Importador de la CNCE, consideradas en el presente informe<sup>45/46</sup>**

	LOVELI	BRUCK'S	ARITAM	MONICA MARGARITA SOVANO	MANIK.COM	GLASSORAMA	HORZY	WARSAWSKI ALFREDO ESTEBAN	CAPDEV
Fecha vencimiento original para responder Cuestionario	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011
Prórrogas solicitada para responder Cuestionario	02/06/2011 (fs. 1906)	02/06/2011 (fs. 1907)	02/06/2011 (fs. 1907)	02/06/2011 (fs. 1907)	02/06/2011 (fs. 1907)	02/06/2011 (fs. 1906)	02/06/2011 (fs. 1907)	02/06/2011 (fs. 1906)	3/06/2011 (fs. 2262)
Vencimiento prórrogas establecido por CNCE	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 1929/30)	15/06/2011 (fs. 2263/4)
Fecha de presentación del Cuestionario	15/06/2011 (fs. 2614/741)	15/06/2011 (fs. 3103/83)	15/06/2011 (fs. 2900/76)	15/06/2011 (fs. 2742/830)	15/06/2011 (fs. 3184/282)	15/06/2011 (fs. 2441/535)	15/06/2011 (fs. 2831/899)	15/06/2011 (fs. 2536/613)	15/06/2011 (fs. 2413/39)
1° Nota de errores y omisiones	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4055/8)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4068/70)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4059/61)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4065/7)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4047/8)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4052/4)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4049/51)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4062/4)	Salida CNCE 28/06/2011 Vencimiento 5/07/2011 (fs. 4072/4)
Prórroga solicitada	-----	-----	-----	-----	-----	-----	Solicitud: 6/07/2011 (fs. 4339/51) Vencimiento: 12/07/2011 (fs. 4545/6)	-----	-----
Respuesta a 1° Errores y Omisiones	5 y 6/07/2011 (fs. 4408/48 y 4197/243)	6/07/2011 (fs. 4408/48)	5/07/2011 (fs. 4182/96)	6/07/2011 (fs. 4488/531)	6/07/2011 (fs. 4253/338)	6/07/2011 (fs. 4352/407)	6/07/2011 (fs. 4339/51) <sup>47</sup> y 13/07/2011 (fs. 4635/56)	6/07/2011 (fs. 4449/87)	5/07/2011 (fs. 4244/7)
Subsiguientes sobre confidencialidad:	Salida CNCE 8/07/2011 Vencimiento 12/07/2011 (fs. 4552/3)	-----	-----	Salida CNCE 25/02/2011 Vencimiento 01/03/2011 (fs. 2051/3)	-----	Salida CNCE 8/07/2011 Vencimiento 12/07/2011 (fs. 4549/51) Salida 14/07/2011 (fs. 4726/7)	-----	Salida CNCE 12/07/2011 (fs. 4632/3)	-----
Prórroga solicitada	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Respuesta	13/07/2011 (fs. 4660)	-----	-----	Desistió de la solicitud de tratamiento confidencial (fs. 2370) 11/03/2011	-----	13/07/2011 (fs. 4711)	-----	02/03/2011 (fs. 2158)	-----

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

<sup>45</sup> Cabe destacar que las presentaciones recibidas dentro de las dos primeras horas hábiles del día siguiente al del vencimiento del plazo, se las considera realizadas en tiempo oportuno, conforme lo dispuesto por el Art. 25, último párrafo del Reglamento de Procedimiento Administrativo, Decreto N° 1759/72.

<sup>46</sup> La firma importadora LA OPTICA S.A. con fecha 10/05/11 solicitó prórroga para responder al Cuestionario (fs. 1265/6), la misma fue concedida hasta el 15/06/11 (fs. 1267/8). A la fecha de elaboración del presente informe no se ha obtenido respuesta por parte de esta empresa.

<sup>47</sup> Cumplimentan acreditación de personería y piden prórroga.



Tabla II.7. Síntesis de las Actuaciones Relativas a los Cuestionarios para el Exportador de la CNCE<sup>48</sup>

	ZHEJIANG	GUQUAN	SUNLINE <sup>49</sup>
Fecha vencimiento original para responder Cuestionario	3/06/2011	3/06/2011	3/06/2011
Prórrogas solicitada para responder Cuestionario	2/06/2011 (fs. 1915)	2/06/2011 (fs. 1915)	2/06/2011 (fs. 1915)
Vencimiento prórrogas establecido por CNCE	15/06/2011 (fs. 2357)	15/06/2011 (fs. 2357)	15/06/2011 (fs. 2358)
Fecha de presentación del Cuestionario	15/06/2011 (fs. 2977/3034)	15/06/2011 (fs. 3035/102)	No respondió
1° Nota de errores y omisiones <sup>50</sup>	Salida CNCE 22/06/2011 Vencimiento 27/06/2011 (fs. 3577)	Salida CNCE 22/06/2011 Vencimiento 27/06/2011 (fs. 3578/9)	N/C
Prórroga solicitada	N/C	N/C	N/C
Respuesta a 1° Errores y Omisiones	28/06/2011 (fs. 3743/890)	28/06/2011 (fs. 3891/4045)	N/C
2° Nota de Errores y Omisiones	5/07/2011 (fs. 4250/1)	5/07/2011 (fs. 4248/9)	N/C
Prórroga solicitada	Solicitud: 11/07/2011 (fs. 4559)	Solicitud: 11/07/2011 (fs. 4559)	N/C
Denegatoria de la CNCE <sup>51</sup> :	12/07/2011 (fs. 4630/1)	12/07/2011 (fs. 4630/1)	N/C

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de la referencia.

*Aut*  
*6*

<sup>48</sup> Cabe destacar que las presentaciones recibidas dentro de las dos primeras horas hábiles del día siguiente al del vencimiento del plazo, se las considera realizadas en tiempo oportuno, conforme lo dispuesto por el Art. 25, último párrafo del Reglamento de Procedimiento Administrativo, Decreto N° 1759/72.

<sup>49</sup> Esta empresa no concretó la acreditación de personería.

<sup>50</sup> Al respecto, cabe señalar que atento haber sido enviadas las respuestas de estas dos firmas en idioma inglés, a través de esta nota solamente se les requirió la traducción correspondiente.

<sup>51</sup> Se les hizo saber que "...en relación a los plazos a los que se encuentra sujeto el presente procedimiento, no resulta posible conceder una prórroga, a los efectos y como condición para que dicha información sea tenida en cuenta en oportunidad de la Determinación Preliminar de Daño de la CNCE".





Tabla N° II.8. Verificaciones de la CNCE a las firmas productoras de anteojos

	LGI	RANIERI	FRANCIONI
Salida nota CNCE	1/02/12 (fs. 5541/3)	1/02/12 (fs. 5544/6)	1/02/12 (fs. 5547/9)
Fecha propuesta por la CNCE	1 y 2/03/12	8 y 9/03/12	15 y 16/03/12
Conforme Empresa	8/02/12, la empresa solicita la postergación de la verificación para la segunda quincena de abril <sup>52</sup> (fs. 5566).	6/02/12 (fs. 5559/60)	6/03/12 (fs. 5576/7). Posteriormente, con fecha 14/03/12 indicó que por "la situación de crisis crónica vivida por la empresa" no se encuentra en condiciones de contar con la información analítica (fs. 5596).
Fecha Verificación	N/C	9/03/12	16/05/12 (fs. 5694)
Incorporación Acta Verificación	16/05/12 (fs. 5694)	9/03/12 (fs. 5579/82)	16/05/12 (fs. 5694)
Información Pendiente	16/05/12 (fs. 5694)	23/03/12 (fs. 5605/31).	16/05/12 (fs. 5694)
Nueva fecha propuesta por la CNCE	14/05/12, se propone del 28/5 al 1/06/12 (fs. 5689/91)	14/05/12, se propone del 28/5 al 1/06/12 (fs. 5684/5)	14/05/12, se propone del 28/5 al 1/06/12 (fs. 5686/8)
Conforme de la empresa a nueva fecha	16/05/12 (fs. 5694)	16/05/12 (fs. 5696)	16/05/12 (fs. 5695). Posteriormente, con fecha 29/05/12 indicó que por "la situación de crisis crónica vivida por la empresa" no se encuentra en condiciones de contar con la información analítica (fs. 5700/2).
Fecha Verificación	29 y 30/05/12	29/05/12	N/C
Incorporación Acta Verificación	30/05/12 (fs. 5723/44)	29/05/12 (fs. 5704/22)	N/C
Información Pendiente	N/C	N/C	N/C

Fuente: información obrante en las presentes actuaciones.

*anf*  
6

<sup>52</sup> A este respecto se le respondió a la empresa que "de ser posible, oportunamente les será notificada una nueva fecha de verificación" (fs. 5570/1).



Tabla N° II.9. Verificaciones de la CNCE a las firmas Importadoras de anteojos

	HORZY	ALFREDO ESTEBAN WARZSAWSKI	MANIK	BRUCK'S
Salida Nota CNCE	1/02/12 (5550/1)	1/02/12 (5550/1)	1/02/12 (5550/1)	1/02/12 (5550/1)
Fecha propuesta por la CNCE	28 y 29/02/12	12 y 13/03/12	22 y 23/03/12	26 y 27/03/12
Conforme Empresa	23/02/12 (fs. 5567/9)	6/03/12 (fs. 5578)	6/03/12 (fs. 5578)	6/03/12 (fs. 5578)
Fecha Verificación	28/02/12	12/03/12	22/03/12	26/03/12
Incorporación Acta Verificación	28/02/2012 (fs. 5572/3).	12/03/12 (fs. 5592)	22/03/2012 (fs. 5602/4)	26/03/2012(fs. 5632/3)

Fuente: información obrante en las presentes actuaciones.

*Am*  
*6*



### III. PRODUCTO IMPORTADO OBJETO DE INVESTIGACIÓN.

#### III.1. Descripción.

Conforme lo establecido por las Resolución ex SlyC Nº 75/11, el producto importado objeto de investigación son los "Anteojos de sol", armazones para anteojos<sup>2</sup> y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas<sup>3</sup> 4", originarios de China, que clasifican actualmente por las posiciones arancelarias NCM/SIM 9003.11.00.110, 9003.11.00.190, 9003.11.00.910, 9003.11.00.990, 9003.19.10.110, 9003.19.10.190, 9003.19.10.210, 9003.19.10.290, 9003.19.10.910, 9003.19.10.990, 9003.19.90.110, 9003.19.90.190, 9003.19.90.910, 9003.19.90.990, 9004.10.00.111, 9004.10.00.119, 9004.10.00.121, 9004.10.00.129, 9004.10.00.131, 9004.10.00.139, 9004.10.00.191, 9004.10.00.199, 9004.10.00.211, 9004.10.00.212, 9004.10.00.219, 9004.10.00.291, 9004.10.00.292, 9004.10.00.299, 9004.90.10.111, 9004.90.10.119, 9004.90.10.191, 9004.90.10.199, 9004.90.10.911, 9004.90.10.919, 9004.90.10.991 y 9004.90.10.999 (fs. 1/22, 31/40 y 732/45).

Cabe aclarar que la Cámara, en su presentación inicial, señaló que los anteojos de sol ingresaban por la posición arancelaria NCM 9004.10.00 completa. Sin perjuicio de ello y teniendo en cuenta que en la nota de la DGA se detallan las posiciones arancelarias NCM/SIM correspondientes al producto objeto de solicitud, esta CNCE excluyó la posición NCM/SIM 9004.10.00.300 (cristales) por tratarse de un producto distinto al objeto de investigación.

#### III.2. Posiciones Arancelarias de Anteojos

Las posiciones arancelarias correspondientes al producto importado objeto de investigación, según la NCM y los sufijos nacionales correspondientes al SIM, es el que se detalla en la siguiente Tabla.

<sup>1</sup> En adelante, "anteojos de sol" o "anteojos", indistintamente.

<sup>2</sup> En adelante, "armazones para anteojos" o "armazones", indistintamente.

<sup>3</sup> En adelante, "gafas correctoras o pregraduadas", "pregraduados", "lentes pregraduados", "pregraduados para la corrección de la presbicia", "anteojos pregraduados" y/o "anteojos pregraduados para la corrección de la presbicia", indistintamente.

<sup>4</sup> En adelante, a los anteojos, armazones y pregraduados y/o a los anteojos y armazones, según corresponda, grupalmente se los denominará "Anteojos".



Tabla N° III.1:

Posiciones arancelarias actuales de anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas correctoras

Posición N.C.M./S.I.M.	Denominación	AEC (1)	DIE(2)	DII (3)
9003.	<b>MONTURAS (ARMAZONES) DE GAFAS (ANTEOJOS) O ARTICULOS SIMILARES Y SUS PARTES.</b>			
9003.1	-Monturas (armazones):	18	18	0
9003.11.00	-- De plástico	"	"	"
9003.11.00.1	Coloreadas en la masa	"	"	"
9003.11.00.110	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.11.00.190	Las demás	"	"	"
9003.11.00.9	Las demás	"	"	"
9003.11.00.910	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.11.00.990	Las demás	"	"	"
9003.19	-- De otras materias	"	"	"
9003.19.10	De metal común, incluidas las chapadas de metal preciosos	"	"	"
9003.19.10.1	De titanio (incluidas sus aleaciones)	"	"	"
9003.19.10.110	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.10.190	Las demás	"	"	"
9003.19.10.2	Las demás chapadas de metal precioso	"	"	"
9003.19.10.210	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.10.290	Las demás	"	"	"
9003.19.10.9	Las demás	"	"	"
9003.19.10.910	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.10.990	Las demás	"	"	"
9003.19.90	Las demás	"	"	"
9003.19.90.1	De metal precioso	"	"	"
9003.19.90.110	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.90.190	Las demás	"	"	"
9003.19.90.9	Las demás	"	"	"
9003.19.90.910	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.90.990	Las demás	"	"	"
9004	<b>GAFAS (ANTEOJOS) CORRECTORAS, PROTECTORAS U OTRAS, Y ARTICULOS SIMILARES</b>			
9004.10.00	-Gafas (anteojos) de sol	20	20	0
9004.10.00.1	<b>Metálicas</b>	"	"	"
9004.10.00.11	De titanio (incluidas sus aleaciones)	"	"	"
9004.10.00.111	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.119	Las demás	"	"	"
9004.10.00.12	De metal precioso o chapadas de metal	"	"	"
9004.10.00.121	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.129	Las demás	"	"	"
9004.10.00.13	De bronce	"	"	"
9004.10.00.131	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.139	Las demás	"	"	"
9004.10.00.19	Las demás	"	"	"
9004.10.00.191	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.199	Las demás	"	"	"
9004.10.00.2	<b>Las demás</b>	"	"	"
9004.10.00.21	Coloreadas en la masa	"	"	"
9004.10.00.211	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.212	Productos alcanzados por la Res. 163/2006	"	"	"
	SCT	"	"	"
9004.10.00.219	Las demás	"	"	"
9004.10.00.29	Las demás	"	"	"

*aut*  
*6*



Tabla N° III.2:

Posiciones arancelarias actuales de anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas correctoras. (Cont.)

9004.10.00.291	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.292	Productos alcanzados por la Res. 163/200	"	"	"
	SCT			
9004.10.00.299	Las demás	"	"	"
<b>9004.90</b>	<b>-Los demás</b>			
9004.90.10	Gafas (anteojos) correctoras	18	18	0
9004.90.10.1	Monofocales	"	"	"
9004.90.10.11	De plástico	"	"	"
9004.90.10.111	Pregraduadas para la corrección de l	"	"	"
	presbicia			
9004.90.10.119	Las demás	"	"	"
9004.90.10.19	Las demás	"	"	"
9004.90.10.191	Pregraduadas para la corrección de l	"	"	"
	presbicia			
9004.90.10.199	Las demás	"	"	"
9004.90.10.9	Las demás	"	"	"
9004.90.10.91	De plástico	"	"	"
9004.90.10.911	Pregraduadas para la corrección de l	"	"	"
	presbicia			
9004.90.10.919	Las demás	"	"	"
9004.90.10.99	Las demás	"	"	"
9004.90.10.991	Pregraduadas para la corrección de l	"	"	"
	presbicia			
9004.90.10.999	Las demás	"	"	"

<sup>1</sup> Arancel Externo Común

<sup>2</sup> Derecho de Importación Extrazona

<sup>3</sup> Derecho de Importación Intrazona

Fuente: [www.tarifar.com](http://www.tarifar.com) (13-07-2012).

III.2. Investigaciones anteriores relacionadas con el producto importado.

Tabla N° III.2.

Investigaciones anteriores relacionadas con las importaciones de Anteojos.

Peticionante	Origen	Fecha de solicitud	Fecha de apertura de Investigación y de Resolución	Fecha de Publicación n. de Derechos Provisionales y N° de Resolución	Derecho aplicado	Vigencia	Fecha de publicación de derechos definitivos y N° de Resolución	Derecho aplicado	Vigencia
RANIERI ARGENTINA S.A., FRANCONI S.A. y CHOPTICAL S.A..	China	30/04/2003	6/01/2004, publicada en el B.O. 7/01/2004 Resolución ex - SICyPyME N° 3/2004	1/10/2004 Resolución ex -MEyP N° 655/2004	FOB MÍNIMO de u\$s 3,005 y U\$s 2,006 por unidad	4 meses	07/07/2005 Resolución ex-MEyP N° 375/2005	FOB MÍNIMO <sup>7</sup> de U\$S 0,46 <sup>7</sup> por unidad	3 años

<sup>5</sup> Para gafas de sol constituidas por una montura de metal, de plástico o de ambos materiales combinados y un par de lentes de color, filtrantes, de vidrio o de material plástico.

<sup>6</sup> Para los armazones o monturas de metal, de plástico o de ambos materiales combinados, con o sin lentilla para evitar deformaciones de estructura.

<sup>7</sup> Solamente para las gafas de sol descriptas en la nota 12.



### III.3. Firmas importadoras y exportadoras presentadas en las actuaciones.

En la presente investigación respondieron el Cuestionario para el Importador de la CNCE las empresas que se consignan a continuación: HORZY, ARITAM, BRUCK'S, MANIK.COM, GLASSORAMA, LOVELI, SOVANO y WARSZAWSKI, y también por la Cámara Argentina de Productos y Desarrollos para la Visión –CAPDEV-, mientras que el "Cuestionario para el Exportador de la CNCE" fue respondido por las firmas ZHEJIANG y GUQUAN, para mayor detalle en cuanto a fechas y fojas correspondientes a cada respuesta ver Tablas II.4, II.5, II.6 Y II.7 de la "Sección II-Antecedentes...". del presente informe.

*Handwritten signature and initials.*



#### IV. PRODUCTO SIMILAR NACIONAL.

Esta sección se basa en la información brindada por la CADIOA, entidad representante de las firmas productoras en la presente investigación, por las firmas productoras LGI, RANIERI, ANTEOFER, FEDON, MAS DE LO QUE VES, ALBACETE, FRANCONI y ANTEOJOS NIVEL UNO, por las firmas importadoras WARSZAWSKI, LOVELI, GLASSORAMA, ARITAM, HORZY, BRUCK´S, SOVANO y MANIK.COM, por la CAPDEV y por las firmas exportadoras GUQUAN y ZHEJIANG al responder los respectivos cuestionarios confeccionados y remitidos por la CNCE.

A continuación se presentan las características físicas, los usos, la sustituibilidad, el proceso de producción, las normas técnicas, los canales de comercialización, la percepción del usuario y los precios, tanto del producto importado objeto de investigación como del producto nacional, de acuerdo a la información que obra en el expediente.

Adicionalmente, se presenta un apartado donde se detallan aspectos relacionados con la normativa que involucra a los anteojos de sol y gafas pregraduadas.

##### IV. 1. Características físicas y técnicas.

El producto importado investigado puede definirse como "Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas". Asimismo, cabe señalar que la rama de producción nacional produce "anteojos de sol y armazones para anteojos".

En la instancia previa a la apertura y conforme la información obrante a ese momento en las actuaciones del expediente, se señaló lo siguiente en cuanto a las características físicas y técnicas de los artículos producidos localmente:

##### Anteojos:

- **De sol:** Las gafas de sol están constituidas por una montura metálica o de plástico (armazón) y un par de lentes de color, filtrantes, que reflejan una parte del espectro luminoso de los rayos solares y facilitan la visión diurna. Las lentes pueden ser de vidrio óptico o de material plástico orgánico.

*Aut*  
*[Signature]*



### Armazones para anteojos:

- **De plástico:** Usualmente están hechos de acetato de celulosa, cuyas planchas varían en medidas que oscilan desde 3,5 mm. y los 8,0 mm.; propionato de celulosa, nylon (grilamid) o materiales plásticos similares: La mayoría se obtienen por inyección en moldes, pero en algunos casos se producen por tallado con fresas en una plancha de acetato de celulosa. Estos últimos son los que en la nomenclatura están identificados como "coloreados en la masa". Se producen en forma separada el frente y las patillas, las cuales luego se unen por medio de una bisagra metálica. Las bisagras normales permiten una abertura de 90° entre el frente y las patillas; las de tipo "flex" admiten un ángulo mucho mayor.
- **De metal:** Están fabricados con perfiles de metales como la alpaca, el monel, el acero y otro tipo de aleaciones. Están compuestos por dos aros, un puente, patillas con bisagras, el portaplaquetas (para el apoyo sobre la nariz) y los terminales de patillas.  
Todas estas partes se sueldan por inducción por alta frecuencia con aporte de plata o por soldadura con contacto de punto y se les da un baño electroquímico para evitar la corrosión y darle una buena terminación.
- **Los demás:** Comprende la fabricación de monturas mixtas, es decir, constituidas en parte por metal y en parte por plástico. Un ejemplo de lo antedicho sería un frente plástico y patillas de metal o viceversa.

Además de los artículos mencionados anteriormente también ingresan desde el origen investigado, armazones de plástico, metal o combinados con lentes graduadas incorporadas constituyendo las denominadas gafas correctoras o pregraduadas. Respecto de las gafas correctoras, la Cámara informó que están compuestas por una montura (armazón) de plástico o de metal y lentes graduadas. Asimismo, se mencionó que estas últimas se fabrican en serie, sin tener en cuenta las necesidades del usuario ni la prescripción del médico oftalmólogo, no respetándose la legislación nacional (artículos 68 y 69 de la Ley 17.132)<sup>1</sup> (fs. 3/4).

Declarada procedente la apertura de la presente investigación, y recibidas las respuestas de los cuestionarios remitidos por esta CNCE, las partes suministraron mayor información acerca de las características físicas de los Anteojos.

<sup>1</sup> A este respecto remitirse al acápite 8 de la presente sección donde se consigna la normativa aplicable al caso.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*





Las firmas productoras, en oportunidad de realizar una comparación entre el producto nacional e importado, indicaron que no existen diferencias físicas, técnicas ni de calidad para los Anteojos en general (fs. 1287, 1400, 1538, 2034, 2109, 2277, 3534/5 y 3629/30, reiterado por la CADIOA a fs. 6140). Por su parte, RANIERI indicó que "no existe diferencia alguna comparando los anteojos de igual material e igual calidad" (fs. 3629/30).

Por otro lado, las firmas importadoras en su conjunto informaron haber realizado importaciones de anteojos de sol y de armazones de China durante el período objeto de investigación (fs. 2621, 2838, 2906, 3110, 4455, 4500 vuelta y 4682), excepto SOVANO que informó no haber importado armazones (fs. 4501).

Asimismo, todas indicaron haber importado más de un tipo de antejo de sol a fs. 2421, 2621, 2838, 2907, 3110, 4455, 4501 y 4682. En cuanto a la importación de armazones, las respuestas recibidas fueron divididas, ARITAM y SOVANO señalaron importar sólo un tipo de armazón (fs. 2907 y 4501), en tanto el resto manifestó haber importado más de un tipo.

Las empresas realizaron comentarios respecto del material constitutivo, lentes, calidad, procesos, entre otros aspectos relacionados a los Anteojos nacionales e importados, los que se presentan a continuación:

- ARITAM indicó que los productos chinos se caracterizan por estar constituidos por materiales más económicos, mientras que los nacionales por materiales más costosos y de mejor calidad (fs. 2910).
- BRUCK´S destacó la diversidad de modelos de los antejos de sol, armazones y los lentes pregraduados importados de China<sup>2</sup>. Asimismo indicó que las diferencias están dadas por los materiales, las matrices, los procesos de fabricación y el proceso de pre fabricación que refiere a la fabricación de moldes (fs. 4412).

<sup>2</sup> A este respecto la empresa adjuntó un folleto correspondiente a los anteojos pregraduados de la marca Insbruck en el que se describe qué es la presbicia, se alerta al consumidor que debe comprar solo lentes autorizados por el Ministerio de Salud Pública de la Nación, también sobre la necesidad de consultar periódicamente al oftalmólogo y una breve descripción de los productos de marca Insbruck. No se dispone de folletos de las gafas de sol ni de armazones. Además adjuntamos prospecto obligatorio para los lentes de presbicia de acuerdo con la Disposición 5628 de ANMAT que también presentamos impresa junto con este cuestionario.



- GLASSORAMA señaló que toda la línea de sol está fabricada con materiales económicos, no contando con acetato ni poliamida o grilamida. La totalidad de los plásticos de los anteojos que no corresponden a los lentes, son inyectados, generalmente en policarbonato u otras combinaciones plásticas de menor valor. Respecto de los anteojos para sol metálicos, los mismos están constituidos por metal de aleaciones económicas de cobre, y los volúmenes a los que se adquiere esta mercadería permiten obtener precios competitivos a una calidad que permite posicionar el producto en un segmento popular de mercado y que no tiene acceso a anteojos de mayor valor pero sin descuidar su salud. La principal característica del producto chino es el “bajo precio”, siendo el mayor proveedor mundial de anteojos de sol de consumo masivo y ofreciendo alternativas de modelos. También indicó que las diferencias entre el producto nacional y el importado reside en el material constitutivo (lo que define una mayor o menor durabilidad), la presencia o no de bisagras con resortes (Flex), el nivel de cuidado de las terminaciones (pulido, armado y pintado), la cantidad de detalles de decoración (incrustaciones de piedras, metales en partes plásticas, pinturas, etc.), el tipo de lentes (acrílico, policarbonato, vidrio mineral, lentes fotocromáticos, CR39, etc.) y la utilización o no de licencias y marcas. En cuanto a los armazones remitió a las consideraciones vertidas respecto de los anteojos de sol ( fs. 4682 y 4285).

- LOVELI informó que “todo antejo de sol a simple vista parece lo mismo” y que ello sucede por la similitud en los diseños de fabricación. Para constatar la diferencia hay que considerar los materiales constitutivos –los que definen el precio del producto-, teniendo en cuenta el siguiente análisis a partir de los aspectos que se analizan a continuación:

■ Material constitutivo:

- Lente: Las lentes pueden estar hechas de vidrio o de material plástico, en concreto de policarbonato o de un polímero llamado CR39. Las lentes de vidrio tienen la mejor claridad óptica y resistencia al rayado. Las lentes plásticas son más ligeras que las lentes de vidrio y presentan más resistencia a la rotura por impacto. Dentro de las lentes plásticas, el material más usado es el CR39.
- Armazones: pueden ser hechos de acero, plástico (polipropileno o policarbonato), titanio o nitinol (como también de imitación de estos componentes). Para abaratar costos, inclusive se utiliza el cobre o bien el cuproníquel que si bien es un poquito más costoso que el cobre, es más resistente. En anteojos económicos, el antejo de metal es siempre más caro.

*aut*



• Tipos de Filtros: los anteojos de sol sirven para proteger los ojos y evitar los efectos nocivos de éste, es decir, radiaciones ultravioleta, de las cuales se conocen tres tipos: UVC, UVB y UVA y las lentes filtrantes que se utilizan a estos fines son las llamadas Antirreflejo, Espejeadas, Fotocromáticas, Isocromáticas y Polarizadas.

■ Peso del antejo: a mayor peso, mayor calidad.

■ Ruidos: los anteojos económicos hacen un ligero ruido al abrir, cerrar o manipularlo.

■ Accesorios: Cada antejo puede tener: • Bisagra metálica (en sus diferentes tipos) o de plástico y éstas pueden ser con o sin Flex y con o sin tope.

• Apliques en el armazón y/o patillas pegados, incrustados, de metal, plástico, etc.

• Diseños inyectados o fresados en el plástico que hace que los colores estén mejor o peor definidos.

• Patillas de cuero o imitación cuero (en todas sus variedades).

• Logo de marca estampado, pegado, incrustado en metal, plástico, etc.

• La luz que genera la lente (distancia entre el vidrio y el armazón).

• La aberración cromática o no de la lente (fs. 2625).

• HORZY señaló que las diferencias residen en la materia prima utilizada, en las matrices y tipo de proceso. Adicionalmente indicó que el producto importado cuenta con materia prima más económica, matrices más amortizables por producción en escala y proceso productivo menos encarecido por mecanización. (fs. 2841/2).

• SOVANO coincidió con lo manifestado por HORZY, acompañando documentación relativa a anteojos de sol de pasta y a anteojos metálicos (fs. 4502 vta.).

• WARSZAWSKI señaló que "hay que distinguir entre los anteojos de sol económicos chinos y los anteojos de sol chinos de calidad". Los anteojos económicos chinos tienen lentes de menor calidad -de acrílico, que se rayan muy rápidamente, pueden tener burbujas, rayitas, pequeñas manchas, etc-, armazón de menor calidad y menor durabilidad que los lentes de buena calidad chinos. La pintura del armazón se va después de un corto uso, las bisagras se aflojan, hay partes del armazón que son muy quebradizas y se rompen con facilidad, cosa que no ocurre con los anteojos de calidad chinos.



En cuanto a los precios, las diferencias entre ambas líneas son enormes, pero es difícil de establecer un porcentaje, pues los anteojos de buena calidad tienen un valor agregado en decoraciones que pueden ser metálicas o con láser, además de varias capas de pintura y una de laca protectora para prolongar su duración, de la calidad de las bisagras para que no se aflojen, si son pulidos a mano o con un spray rápido, y si tienen tamboreo previo al pulido. Estos elementos hacen a los distintos niveles de calidad que después se reflejan en los distintos niveles de precios, que son tanto más altos cuanto más elementos de calidad antes mencionados tengan (fs. 4456/7).

- MANIK.COM refirió a que el producto nacional y el importado comparten similitudes en cuanto a diseños, mientras que las diferencias están dadas por materiales y técnicas del proceso productivo<sup>3</sup> que definen la calidad del antejo. También destacó la diferencia sustancial de las materias primas y las lentes intervinientes en ambos procesos. Además la industria china recicla los sobrantes de su materia prima, a diferencia de la industria argentina que no lo hace, señalando que todo ello repercute en el precio final del producto. Finalmente destacó la excelencia del producto nacional, indicando que no está dirigido a un mercado de poder adquisitivo bajo (fs. 3198/9).
- ALBACETE indicó que “la producción industrial de artículos relacionados con la moda, como es el caso de los armazones de receta y anteojos de sol, tiene por característica una rápida rotación de sus modelos, variación que no responde a cambios de naturaleza productiva o tecnológica, sino a variantes de diseño que acompañan las tendencias de la moda mundial” (fs. 1478).

Por su parte, las firmas exportadoras GUQUAN y ZHEJIANG indicaron haber exportado a la Argentina más de un tipo de anteojos de sol y armazones, existiendo más de 300 hojas de modelos que exhiben los Anteojos que exportan, los que constan en su web [www.china-sunglasses.com](http://www.china-sunglasses.com)<sup>4</sup>, para ser renovados constantemente siguiendo la evolución de las tendencias y la moda (fs. 3908 vta. y 3761 vta.).

<sup>3</sup> Refiere a un proceso productivo chino “automatizado”.

<sup>4</sup> Al respecto se señala que con fecha 4/08/2011 fue consultado ese sitio web, constatándose que cuentan con 2470 modelos de anteojos.



A continuación se presentan dos Tablas en las que se consignan los tipos de Anteojos producidos o importados por cada una de las empresas productoras e importadoras:

Tabla N° IV.1.1: Tipos de Anteojos producidos por las firmas productoras nacionales.

Artículo	Material constitutivo	Empresas productoras nacionales							
		ANTEOJOS NIVEL UNO	FRANCIONI	RANIERI	ANTEOFER	ALBACETE	LGI	MAS DE LO QUE VES	FEDON
Anteojos de sol	Plástico inyectado	X	-	X	X	X	X	-	-
	Plástico fresado	X	-	X	X	-	-	X	-
	Metal	X	X	X	X	-	X	-	-
Armazones	Plástico inyectado	X	-	X	X	X	-	-	X
	Plástico fresado	X	-	X	X	-	-	X	X
	Metal	X	X	X	X	-	X	-	X
Pregraduados		-	-	-	-	-	-	-	-

*anf*



Tabla N° IV.1.2: Tipos de Anteojos importados por las firmas importadoras.

Artículo	Material constitutivo	Empresas importadoras							
		LOVELI	WARSZAWSKI	HORZY	MANIK	SOVANO	BRUCK'S	ARITAM	GLASSORAMA
Anteojos de sol	Plástico inyectado	X	X	X	X	X	X	X	X
	Plástico fresado	-	X	-	X	-	-	X	-
	Metal	X	X	X	X	X	X	X	X
Armazones	Plástico inyectado	-	X	X	X	-	X	X	X
	Plástico fresado	-	X	X	X	-	-	X	-
	Metal	-	X	X	X	-	X	X	X
Pregraduados		X	-	-	X	X	X	-	-

En esta etapa de la investigación el sector importador reforzó sus dichos, reiterando opiniones ya expuestas con anterioridad respecto de la diferencia de características entre el producto nacional y el importado por ellos, acompañando muestras de productos comprados en el mercado brasileño -3 armazones para anteojos y 7 pares de anteojos de sol (5 de plástico y 2 de metal)- (fs. 4986/92). Particularmente refirió a que “los productores nacionales (y ciertamente otros, en China, Brasil y otros países productores) fabrican productos de una calidad mucho más alta calidad que los importados...utilizando para ellos otras materias primas de calidad superior, otros procesos de fabricación acordes con el modelo de antejo pretendido y con los materiales utilizados, y otras matricerías más costosas por lo que obtienen otro tipo de producto, que si bien es de mayor calidad, es mucho más costoso y no está al alcance de la mayoría del público argentino” (fs. 4988).

En función de la diferencia en cuanto a materiales constitutivos del producto, nacional versus importado, los importadores entienden que no cabría la similitud entre el producto nacional y el importado por ellos (fs. 5058).

Adicionalmente, algunas empresas importadoras y exportadoras<sup>5</sup> informaron que habían enviado al INTI muestras de anteojos importados y de anteojos nacionales a fin de que se analice su composición, a efectos de intentar demostrar que se trata de productos distintos y de que se efectúe un análisis comparativo de resistencia y maleabilidad de los materiales constitutivos de los anteojos sobre cuya composición se expida el INTI, en base al antejo terminado. A partir de los resultados presentados a fs 5510/530, el equipo técnico realizó las siguientes consideraciones.

<sup>5</sup> Hace referencia a WARZASKI, LOVELI, GLASSORAMA, ARITAM, BRUCK'S, MANIK.COM, SOVANO, HORZY, WENZHOU GUQUAN TRADING CO y ZHEJIANG KANGCHENG INDUSTRY CO.

*Handwritten signature*



En primer lugar respecto de las cuestiones relacionadas con la composición de los anteojos, a efectos de intentar demostrar que se trataría de productos sustancialmente distintos se señala que los análisis muestran cuantitativamente los elementos químicos que componen los armazones. Se habría asumido con ello que cada pieza tiene la misma concentración de esos elementos químicos en toda su estructura (homogeneidad). En todos los armazones metálicos se detecta la presencia de Níquel, Cobre y Zinc en alguna proporción. En dos de ellos se detectó la presencia de Hierro y Aluminio. Esto podría indicar que los primeros están elaborados en base a latón, los segundos a Acero y los terceros a Aluminio<sup>6</sup>. En los de plástico, se determinó que un armazón está fabricado en Poliamida y el otro en Policarbonato, ambos son polímeros con propiedades fisicoquímicas diferentes. No se efectuaron análisis de comportamiento mecánico. Los análisis químicos no muestran diferencias significativas al comparar armazones de igual material constitutivo. Se observa en todas las muestras una morfología semejante y adecuada a su función última (esto es, sostener un par de cristales).

En segundo lugar, respecto del análisis comparativo de resistencia y maleabilidad de los materiales constitutivos de los anteojos sobre cuya composición se expidió el INTI, se señala que los análisis químicos presentados imposibilitan realizar conclusiones respecto de la resistencia mecánica en los anteojos metálicos, y en cuanto a los materiales empleados en la fabricación de los anteojos ensayados, el Policarbonato normalmente tiene mayor resistencia mecánica que la Poliamida. Esto es entre dos anteojos similares dimensionalmente y en cuanto a forma, el que estuviera fabricado en policarbonato es esperable que tenga mayor resistencia mecánica que el elaborado a partir de poliamida. Se señala que los análisis de tipo mecánico que pudieren realizarse (resistencia a la tracción, flexión dinámica, resiliencia Charpy o Izod, etc.) no podrían implicar de manera alguna que el producto nacional no fuera similar al objeto de investigación dado que ambos son aptos para el uso final para el que están diseñados.

*Am*  
*6*

<sup>6</sup> Se podría decir (sin demasiado rigor al no efectuarse ensayos complementarios) que los armazones Miyaki y S.O.S. AARL estarían fabricados en latón con recubrimiento níquelado, mientras que el armazón Ossira estaría fabricado en Hierro y el armazón Reef Yang estaría fabricado en aluminio.



Es dable observar a manera de conclusión, que en la gran variedad de armazones y anteojos observados en oportunidad de las verificaciones realizadas tanto en las empresas productoras como en las importadoras y en el mercado consumidor en general, se ha podido comprobar que existe una gran variabilidad de modelos, formatos, materiales y terminaciones que relacionadas al gusto del consumidor como ya se observa en reiteradas oportunidades en este informe. Teniendo en cuenta que el producto se encuentra influido de manera casi determinante por los estilos de moda, la resistencia mecánica de un armazón no es el factor determinante en la elección de un antejojo.

Conforme la información aportada por las partes en la presente investigación, se reitera lo ya señalado en oportunidad del ITDP, en el sentido de que no existirían diferencias significativas entre el producto nacional y el importado al comparar Anteojos de igual material constitutivo. Sin embargo, cabe señalar que los importadores continúan indicando que los materiales constitutivos de los Anteojos chinos destinados al segmento bajo y que sus lentes son de inferior calidad que los utilizados para los Anteojos nacionales.

En oportunidad de sus consideraciones finales, las firmas importadoras disintieron con lo expresado por la CNCE en el párrafo ut-supra y refirieron a la prueba por ellos producida respecto de la existencia de diferencias físicas, técnicas o de calidad entre los anteojos investigados y los nacionales, indicando que "poseen tal diversidad de materiales constitutivos, calidades, precios, y van dirigidos a sectores sociales tan disímiles que resulta imposible considerarlos como productos idénticos" y que los importados se encontrarían en un segmento de calidad medio-bajo. Seguidamente las empresas refieren y relatan la prueba por ellos presentada consistente en un informe del INTI – la que ha sido correctamente valorada por esta Comisión al momento de elaborar el ISHE- (fs. 6153 vta. y 6154).

En una presentación posterior las firmas importadoras reiteraron los temas ya relatados con anterioridad, demostrando su descontento respecto del análisis técnico efectuado por la CNCE (fs. 6247/9).





#### IV.2. Usos y sustituibilidad

En la instancia previa a la apertura y conforme la información obrante a ese momento en las actuaciones del expediente, se señaló que el uso final, tanto del producto importado como de los fabricados en el país, es el mismo. Ambos son utilizados para la protección contra el sol y para el soporte de lentes que corrigen defectos de la visión (fs. 4).

Declarada procedente la apertura de la presente investigación, y recibidas las respuestas de los cuestionarios remitidos por esta CNCE, las partes suministraron mayor información acerca de los usos y sectores usuarios de los Anteojos.

Del análisis de las respuestas recibidas, cabe destacar lo informado por las firmas productoras, de modo que todas coinciden en que los anteojos de sol sirven para proteger la vista de los rayos solares, y sus usuarios son el público en general (fs. 1399, 1538, 2034, 2108 y 3534). Por su parte la firma RANIERI agregó que su uso es recomendado para las actividades al aire libre (fs. 3629), mientras que ANTEOJOS NIVEL UNO indicó el uso asociado a moda y deportes (fs. 2276).

En cuanto al uso de los armazones indicaron que se aplica al cuidado de la salud visual y sus usuarios son el público en general. Se utilizan para montar lentes correctoras u oftálmicas con la graduación indicada por el profesional oftalmólogo, a las que además se les pueden hacer distintos tratamientos para resolver, mejorar y cuidar la salud visual (FEDON a fs. 1287, ALBACETE a fs. 1399, ANTEOFER a fs. 2034, FRANIONI a fs. 2108, LGI a fs. 1538, ANTEOJOS NIVEL UNO a fs. 2276, MAS DE LO QUE VES fs. 3534 y RANIERI a fs. 3629). Agregando la firma ALBACETE que sirven para “ver mejor y correctamente”, mientras que RANIERI acopló que “en estos tiempos también son usados como un accesorio de moda para una porción de la población sin problemas de salud visual” (fs. 1399 y 3629, respectivamente).

Respecto de la posibilidad de sustitución por otro producto, todas las firmas productoras coinciden en que no hay posibilidades de sustitución, no existen productos sustitutos ni para los anteojos de sol ni para los armazones (fs. 1287, 1399, 2034, 2108, 1538, 2276, 35334 y 3629).



Con relación al uso y a los usuarios de los anteojos de sol, las firmas importadoras y la CAPDEV coincidieron con los productores en tanto se refieren a la protección de los rayos solares y que están destinados al uso del público en general, pero agregaron algunas opiniones que se transcriben a continuación:

ARITAM indicó que su público "está relacionado a un sector de ingresos medios y bajos. Quiénes apuntan a un producto idóneo pero de bajo precio", agregando que "las ópticas nos compran un producto denominado genérico de bajo costo, direccionado a un público de menores recursos. Quiénes no pueden pagar un producto de calidad superior o de marca ni tampoco quieren comprar un producto de baja calidad" (fs. 2908 y 4187).

BRUCK'S y SOVANO coincidieron en cuanto a que "son usuarios de este producto, todas las personas que quieren tener acceso a un producto de moda, de mediana calidad, y a un precio accesible a sus bolsillos" (fs. 4413 y 4501/2).

GLASSORAMA señaló que además de filtrar los rayos solares, "son un importante accesorio de moda mundialmente utilizado" ( fs. 4684).

HORZY informó que "el mayor consumidor es el segmento de la población de 17 a 35 años femeninos, de sectores económicos bajo y medio" (fs. 2840).

LOVELI indicó que el antejo para sol en sí, tiene un único uso que es la protección de la visión, a pesar de que es utilizado también por razones estéticas. Su uso es recomendado por la Organización Mundial de la Salud y por la Skin Cancer Foundation de Estados Unidos atento a los eventuales efectos nocivos a la visión que pueden generar los rayos solares por la capa de ozono (fs. 4215/6).

En general el sector importador coincide en cuanto a que sus anteojos de sol protegen la vista a un precio sumamente accesible, a diferencia de las marcas exclusivas que están enfocadas a un segmento selectivo de la población (fs. 4215/6, 4456 y 3196).

Respecto del uso de los armazones y sus usuarios, las firmas importadoras en términos generales coincidieron con las firmas productoras, agregando algunas consideraciones particulares, tales como:

*Aut.*  
6



- BRUCKS a fs. 4413/4, indicó que sus usuarios apuntan a un producto genérico y de bajo costo, especialmente obras sociales, por ejemplo PAMI.
- GLASSORAMA y LOVELI a fs. 4684 y 4216 respectivamente, no efectuaron ningún comentario adicional a este respecto.
- HORZY a fs. 2840, indicó que sus productos apuntan a todo público que lo necesita a excepción de niños.
- SOVANO a fs. 4502, indicó que sus productos son de buena calidad y costo accesible.
- WARSZAWSKI a fs. 4456, agregó que “el uso de armazones si es para ver de cerca son de lectura, y de media distancia es para protección y descanso y usuarios de computadoras, mientras que los armazones para ver de lejos se usan principalmente para manejar autos, etc.” y sus usuarios son personas de todas las edades. Asimismo destacó que sus productos se colocan “en sectores de poco poder adquisitivo sobre todo PAMI y otras obras sociales donde el 100% de los anteojos son importados por la incapacidad del fabricante nacional de fabricar armazones económicos” y que “los barrios de menor poder adquisitivo no están en condiciones de comprar las marcas de los fabricantes nacionales debido a su alto precio”.  
“También tenemos anteojos de mejor calidad para usuarios de mayor poder económico y que al mismo tiempo llegan a las ópticas más baratos que las marcas nacionales debido a nuestro bajo costo de distribución, sin material de publicidad, sin propaganda en medios masivos y sin vendedores costosos”.
- MANIK.COM señaló como más populares los armazones de plástico inyectado y metal económico (fs. 3196).

En la presente etapa de la investigación, las firmas importadoras indicaron que respecto de los armazones de plástico “...la gran mayoría de los armazones de este tipo (que importamos) debido a su bajo costo, se destinan a proveer a organismos de la asistencia social, especialmente verificado en el caso de PAMI, quien fija un precio máximo para los productos a adquirir, en vista de proveer a una necesidad social. Como ya manifestamos, el precio muy accesible que impone PAMI por evidentes necesidades sociales, se logra por el bajo costo de los moldes utilizados, bajo costo de fabricación al evitar largos procesos de tamboreo y pulido a mano, y el hecho de que el material utilizado que es policarbonato o acetato/propionato en grumos, que muchas veces es reciclado, lo que lo convierte en materia prima muy

*aut*



económica". Agregando que "como surge de los folletos que adjuntaron al expediente las firmas miembro de CADIOA, los armazones de plástico nacionales no pueden cumplir esta función, ya que al utilizar únicamente materiales vírgenes que son caros y muchas veces de origen europeo, su costo queda fuera de los parámetros que permite el PAMI para la adquisición de anteojos para los jubilados. Concretamente, la industria local no provee a organismos como PAMI porque no está en condiciones de hacerlo, debido a sus altos costos. Ello implica que el producto que importamos posee, incluso, una función social que lo distingue del producto fabricado por los miembros de CADIOA, ya que permite el acceso a anteojos a sectores que no pueden adquirir anteojos caros y de calidades superiores, mientras que es el sector más demandante de armazones para lentes recetados" (fs. 4990 vta., 4991 y 5047 vta.).

Con respecto a los usos y sectores usuarios de las gafas pregraduadas los importadores emitieron comentarios, a saber:

- BRUCKS a fs. 4413/4, indicó que "se utilizan para casos de presbicia" y sus usuarios son aquellas personas, de generalmente más de 40 años, que con la edad comienzan a tener dificultades para enfocar letras pequeñas u objetos cercanos. Agregó también que pueden ser utilizados en casos de emergencias cuando el lente recetado se rompe y se está a la espera de la receta o de la consulta oftalmológica.
- LOVELI a fs. 4216, informó que "la gafa pregraduada como producto médico de venta libre según Disposición de A.N.M.A.T. 5628/08 (sin prescripción médica) tiene como único uso ayudar a ver a toda persona con presbicia simple" y que "si bien el uso es único, la demanda poblacional con presbicia simple es enorme... siendo esta gafa una solución segura para millones de personas".
- MANIK.COM indicó que éstos sirven para presbicia con la misma graduación en ambos ojos y para uso provisorio (fs. 3196).
- SOVANO a fs. 4501/2, indicó que "el sector usuario es de muy amplio espectro, siendo los mas beneficiados aquellos de menores recursos. De esta manera pueden acceder a un buen producto a menor costo".

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Cecilia", with a flourish underneath.

<sup>7</sup> Agregando que "la presbicia es la pérdida gradual de la capacidad del ojo de enfocar activamente sobre objetos cercanos, no es una enfermedad". Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Baremo>



- GLASSORAMA, ARITAM, WARSZAWSKI y HORZY a fs. 4684, 4188, 4456 y 2840 respectivamente, indicaron no haber importado este producto durante el período investigado.

Con relación a la posibilidad de sustitución, en general las firmas importadoras se refirieron a la imposibilidad de sustitución del producto importado por el nacional, conforme los diferentes segmentos sociales a los que están destinados<sup>8</sup> o materiales constitutivos distintos.

GLASSORAMA indicó a las lentes de contacto, tanto descartables como permanentes, y flexibles como semirígidas como sustituto existente de los Armazones y Pregraduados (fs. 4684 vta.).

Respecto de los pregraduados, ARITAM señaló que podrían sustituir a los anteojos recetados en caso de emergencia (fs. 2909).

Por su parte, LOVELI coincidió con ARITAM agregando que el pregraduado “puede ser utilizado como antejo definitivo por aquellas personas que no poseen ningún otro vicio de refracción (tal como miopía o hipermetropía), que no necesitan anteojos para ver de lejos, y sólo requieren anteojos de lectura para corrección de la presbicia”<sup>9</sup> (fs. 2623/4 y 4216).

SOVANO, indicó que los pregraduados no se fabrican en el país y que “nuestro producto cumple una Función Social ya que puede solucionar en forma provisoria la necesidad del público de menores recursos” ( fs. 4502).

La CAPDEV indicó que los armazones son utilizados por el público en general que observa deficiencias en su visión, agregando que no existen productos sustitutos ni para los anteojos de sol ni para los armazones (fs. 2423).

*Aut.*  
*[Signature]*

<sup>8</sup> Indicando que el producto nacional es más costoso y de mejor calidad.

<sup>9</sup> LOVELI agregó que “los anteojos premontados (mal llamados pregraduados) son un producto médico industrializado, de venta libre, difundido ampliamente en todo el mundo; seguro, eficaz y económico, para corrección de la presbicia. Esto le confiere a los anteojos correctores de presbicia el carácter de bien tutelar cuyo acceso por parte de la población debe ser garantizado por las políticas del Estado” y que “La Clínica Mayo de Estados Unidos, en su sitio web (<http://www.mayoclinic.com/health/presbyopia/DS00589/DSECTION=6>) presenta un documento sobre tratamiento de la presbicia, del que se adjunta copia, y se refiere a los anteojos pregraduados de venta libre”.



MANIK.COM informó que no hay sustitutos posibles para los anteojos de sol y los armazones, mientras que los pregraduados podrían ser sustituidos por una lupa (fs. 3196).

Se reitera lo expuesto en el ITDP, en el sentido de que conforme la información aportada por las partes, no habría controversias en cuanto al uso final del producto nacional e importado, dado que ambos son utilizados para la protección contra el sol y para el soporte de lentes que corrigen defectos de la visión. En el caso de los pregraduados se los utiliza en los casos de presbicia. Respecto de la sustituibilidad, las firmas importadoras entienden que el producto nacional no puede sustituir al importado dado que el primero es más costoso. Por su parte las empresas asociadas a la CAPDEV, de acuerdo a la información aportada en el expediente importan Anteojos direccionados a un público de segmento medio, argumentando que sus diseños son “no convencionales”.

En oportunidad de efectuar sus consideraciones finales, las firmas importadoras y exportadoras reiteraron sus dichos sobre la “imposibilidad” de sustitución entre los productos nacionales e importados (fs. 6154 vta. y 6155).

#### IV.3. Proceso de producción.

Con la información obrante a la fecha en las actuaciones del expediente y recibidas las respuestas de los cuestionarios remitidos por esta CNCE, a continuación se desarrolla el proceso productivo de los Anteojos de sol, Armazones y Pregraduados:

En la fabricación de anteojos de sol y armazones para anteojos<sup>10</sup> se distinguen tres procesos productivos, que se diferencian por el tipo de material con el cual son confeccionados. A continuación se distingue sistemáticamente cada uno de ellos<sup>11</sup>:

<sup>10</sup> Conforme consta en el expediente, las gafas pregraduadas no son fabricadas en Argentina. Así, de acuerdo a la legislación vigente los anteojos graduados que se comercializan en las ópticas están amparados por recetas médicas. Al respecto la CADIOA indicó que “por cada pregraduado que ingresa al país es un armazón menos que se fabrica y dos lentes menos que se elaboran. Sin ponderar el perjuicio que se produce en la salud de los usuarios” (fs. 5/6).

<sup>11</sup> El de las firmas RANIERI y LGI fue informado a fs. 5/6 y reiterado en oportunidad de sus respuestas a los Cuestionarios.



1) Proceso productivo de armazones para anteojos y anteojos de sol de metal

- a) Forjado de piezas: A partir del metal laminado se forjan las principales piezas que componen el antejo: aros, patillas, puentes y bisagras<sup>12</sup>.
- b) Montaje de piezas: En esta etapa se sueldan puentes y bisagras con los aros para posteriormente anexar las patillas.
- c) Terminación: Una vez que el armazón toma forma, en esta etapa se pulen<sup>13</sup> rebarbas y se somete la estructura a un proceso anticorrosivo. Finalmente se realiza un proceso de laqueado de esa estructura y se le colocan las terminaciones de plástico en aros para evitar deformaciones de los mismos hasta su utilización final por parte de las ópticas. En el caso de las gafas de sol se colocan las lentes definitivas y en los armazones lentes de presentación<sup>14</sup>.

2) Proceso productivo de armazones para anteojos y anteojos de sol de plástico

- a) Elaboración de las piezas: El poliuretano (grilamid<sup>15</sup> o griflex<sup>16</sup>, en el caso de ALBACETE) en forma de pellets es inyectado en matrices con la forma del frente de las patillas de los anteojos. En algunos modelos estas piezas son directamente inyectadas con las bisagras que unen las patillas con el frente.
- b) Montaje de las piezas: En esta etapa se unen las patillas con el frente.
- c) Terminación: Una vez que el armazón toma forma se corrigen malformaciones de la inyección mediante un proceso de pulido. Posteriormente se realiza un laqueado<sup>17</sup> de esa estructura y se le colocan las terminaciones de plástico en aros para evitar deformaciones de los mismos hasta su utilización final por parte de las ópticas. En el caso de las gafas de sol se colocan las lentes definitivas y en los armazones lentes de presentación<sup>18</sup>.

<sup>12</sup> ANTEOFER introduce como parte del forjado de piezas del antejo y armazón a los portaplaquetas, y en la etapa de terminación la colocación de las plaquetas (fs. 2033).

<sup>13</sup> RANIERI indicó que el pulido lo realizan en tambores mecánicos y luego manualmente, prosigue el lavado y encuadre junto con el control de calidad del producto. El siguiente paso es el tratamiento galvánico, previo al pintado o laqueado definitivo. La sala de pintura es la misma sin importar el tipo de antejo o armazón. Luego realizan el sellado tompográfico de las lentes e igual preparación que para los inyectados hasta llegada a depósito.

<sup>14</sup> Demolens, de material acrílico, 100% transparentes o ligeramente coloreados. En los armazones de aro entero evitan deformaciones que suelen producirse en los ojos del armazón cuando estos no quedan resistidos por las lentes que ocupan el espacio vacío. En un armazón de aro incompleto se ponen los demos porque si no, habría piezas sueltas (patillas, talones, puentes, etc.) sin unir. En el caso de los medio anteojos, con hilo de nylon en la parte inferior, sin la lente demo el hilo de nylon quedaría colgando y el consumidor no podría probarlo. Las lentes demo, además, llevan la marca grabada con láser como símbolo de producto original, facilitan que el consumidor pruebe el modelo y perciba como le quedará una vez que se le coloquen las lentes definitivas con la corrección correspondiente (fs. 1478).

<sup>15</sup> Poliamida utilizada para inyectar los frentes y patillas (fs. 1477/80).

<sup>16</sup> Utilizada para punteras o terminales símil goma (fs. 1477/80).

<sup>17</sup> RANIERI informó que, realizan un lavado previo a la pintura de los anteojos de plástico inyectados con máquinas de ultrasonido con agua desmineralizada y detergentes italianos, las pinturas y lacas de origen italiano funcionan en cabinas de pintura con cortinas de agua y floculantes y el ambiente se encuentra controlado durante todo el año. Sigue un paso que consiste en el sellado tompográfico de marcas y modelos, utilizando "clisé" por cada modelo, pinturas y diluyentes. Luego se colocan los apliques.

<sup>18</sup> RANIERI indicó que para el cortado de las lentes utilizan máquinas de CNC y moldes en resina de origen alemán junto con fresas italianas. Finalmente colocadas las lentes se efectúa un control de calidad, se las limpia, se embolsan los anteojos, colocan stickers y códigos de barras para su derivación a depósito.

<sup>25</sup> MÁS DE LO QUE VES informó que el pulido lo realiza mediante tambores rotativos que contienen madera (fs. 3533).



3) Proceso productivo de armazones para anteojos y anteojos de sol de acetato<sup>19</sup>

- a) Elaboración de las piezas: A partir del acetato<sup>20</sup> en forma de láminas o zilo se cortan las principales piezas que componen el antejo: frente y patillas. Posteriormente estas piezas son fresadas para adecuarlas a los formatos convencionales o más acabados.
- b) Montaje de las piezas: En esta etapa se colocan las bisagras para unir las patillas con el frente.
- c) Terminación: Una vez que el armazón toma forma se pinta y en algunos casos se realiza un proceso de laqueado o baño de acetona de esa estructura, y decoración de patillas y sellados. En el caso de las gafas de sol se colocan las lentes definitivas y en los armazones lentes de presentación.

Excepción de estampillado- Normativa habilitante

Respecto del proceso productivo, cabe indicar una particularidad que reviste el proceso de la firma productora RANIERI, dado que se encuentra exceptuada del estampillado de productos importados. Mediante Resolución General de AFIP 3105 del 9 de mayo de 2011 se estableció el Régimen de Identificación para determinadas mercaderías extranjeras. Esta normativa determina el estampillado para ciertos productos, y una de las categorías comprendidas es de OPTICA, "monturas (armazones) de todas las materias" (comprendidos en las N.C.M. 9003.11.00, 9003.19.10 y 9003.19.90), exceptuando de dicho régimen a aquel que esté "destinado como insumo de fabricación nacional".

Es dable señalar que esta información fue proporcionada y explicitada por la firma RANIERI en la presente etapa de la investigación en oportunidad de la verificación (fs. 5704/22 y la CADIOA a fs. 6146).

Por su parte, las firmas importadoras refirieron al proceso productivo de anteojos de sol, estableciendo diferencias en cuanto a los materiales utilizados y a un proceso más mecanizado y prácticamente sin mano de obra. En tal sentido ARITAM indicó que las industrias chinas de los anteojos de sol y armazones de plástico inyectado utilizan un material llamado "PC", es decir policarbonato, de muy bajo precio,

<sup>20</sup> Acetato de celulosa, es la plancha de celulosa ya coloreada.





el que resulta reciclable. Luego el armazón es pintado y se le agregan las bisagras. Las lentes que se utilizan son las "AC" (acrílico). Las bisagras pueden ser plásticas y salen de la matriz, indicando que ello también abarata el costo del producto. La matriz (que en sí misma es cara) se amortiza debido a la producción en alta escala. En base a lo expuesto ARITAM manifestó que "esta calidad de anteojos no se produce en la Argentina, tanto por razones de escala como de precio" (fs. 2907/8 y 4187).

Respecto de los anteojos de sol y armazones de metal, ARITAM informó que las industrias chinas los trabajan "artesanalmente con hilo de alambre trefilado, modelados y matizados sobre un molde testigo". Sobre este resultado se montan las nariceras de silicona o plástico siliconado y las terminales de las patillas en plástico inyectado. Las bisagras que se utilizan son de tipo común y algunas veces las de tipo flex. Señalando finalmente que "los metales utilizados por nuestros fabricantes son bronce y muy raramente alpaca y hierro" (fs.2907 y 4187).

Por su parte la CAPDEV, acompañó información de empresas asociadas, indicando que en cuanto al proceso productivo de anteojos de sol adhiere plenamente a lo informado por las firmas productoras, pero aclarando que "las empresas productoras no realizan la totalidad de los procesos" y "para determinados productos... importan determinadas partes para ser ensambladas en el producto final" (fs. 2422). Respecto del proceso productivo de armazones indicó las siguientes particularidades: a) el forjado de piezas no se realiza en la Argentina para la mayoría de los anteojos metálicos, b) las matrices correspondientes a los anteojos de plástico inyectado son importadas y c) la materia prima acetato requiere de una compra mínima equivalente a la producción de 2000 piezas de cada color. Indicando también que "la media de modelos importados por la CAPDEV o comercializados por la CADIOA es de 450 piezas por modelo" (fs. 2422).

Seguidamente se expone sintéticamente lo informado por las firmas importadoras BRUCK'S, GLASSORAMA, SOVANO y WARSZAWSKI (fs. 3111/3, 4412/3, 4682 vuelta/4683, 4501 vta. y 4455 vta ), también destacando diferencias, a saber:

#### ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES DE PLÁSTICO INYECTADO

- Material constitutivo: En los anteojos económicos de origen china se utilizan policarbonato, mientras que la industria argentina utiliza el acetato de celulosa en grumos, o propionato de celulosa en grumos, o grilamid también llamado Tr-90.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



Todos ellos son materiales mucho mas costosos, sobre todo el grilamid, que además de su enorme costo (se trata de un material fabricado en Suiza), requiere moldes especiales para su inyección muchísimos más caros que los moldes para policarbonato.

- Bisagras: En los anteojos económicos de origen china se utiliza bisagra plástica en vez de la bisagra metálica que se utiliza en el producto nacional. El costo de la bisagra metálica y la mano de obra de su colocación es otro factor del encarecimiento en los anteojos inyectados de sol nacionales. Además en los anteojos nacionales se coloca un alambre en la patilla, que significa otro aumento de costo tanto por el material usado como por la mano de obra adicional de su colocación.
- Lentes: en China se usan los lentes de acrílico (costo aproximadamente U\$S 0,20 el par), mientras que la industria nacional no se usa el acrílico y mayormente se usa CR39 cuyo costo es 4 veces mayor (U\$S 0,80 el par).
- Proceso de fabricación: el producto chino una vez que sale de la máquina inyectora va directamente al proceso de coloración, que se hace en forma automática. En cambio la industria nacional, después de la máquina inyectora, va al proceso de tamboreo para alisar los cantos de los anteojos, que es un trabajo arduo porque dura 72 horas y mientras tanto consume mano de obra que son 3 pasos cada uno de 24 horas durante el cual hay que trasladar los anteojos de un tambor a otro, y eso encarece por generar mayor uso de mano de obra y electricidad. Después de este proceso, la industria nacional procede a un pulido manual para darle mayor brillo y calidad.

#### ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES DE METAL

- Material constitutivo: en China se usa el latón o distintas aleaciones de bronce, que son muy baratos. La industria nacional usa materiales caros como monel, que tiene un 68% de níquel.
- Patillas: el terminal de la patilla, está hecho de materiales mucho más nobles como podría ser acetato de celulosa en planchas en la industria nacional, y la línea económica de los anteojos/ armazones de origen china está hecha de una simple inyección en PC.

*Amo*  
*01*



- Proceso de fabricación: el proceso nacional es más caro por distintos factores, uno de ellos es que para soldar se usan máquinas de alta frecuencia -más modernas y no recalientan las partes que se sueldan- que son más lentas porque en cada soldadura hay que esperar un ciclo automático que tiene. En cambio en el producto investigado se permite la intervención de un operario que rápidamente utiliza soldadura eléctrica, que si bien presenta la desventaja de a veces recalentar demasiado algunas partes que se sueldan, es muchísimo mas rápida. Si bien el producto obtenido puede tener sus fallas por excesivo ablandamiento de sus partes, el público no lo nota y en la línea económica pasan totalmente desapercibidos.

A modo de aclaración, se señala que conforme lo informado por las firmas importadoras, con relación a los pregraduados, su proceso productivo resulta idéntico al de los anteojos de sol y armazones que cuenten con el mismo material constitutivo, pudiendo ser metal o plástico inyectado en su línea económica. La diferencia reside en las lentes, dado que los pregraduados no llevan lentes acrílicas o de demostración.

A este respecto la firma importadora SOVANO indicó que los pregraduados no se fabrican en Argentina" y que en Abril del 2005 fue prohibida su importación hasta Septiembre del 2008. Agregando que en ese lapso de tiempo "Todo lo comercializado era Contrabando...". Además, manifestó que actualmente el contrabando explica el 90% del mercado, comercializándose por intermedio de este canal la peor calidad porque no cuentan con ningún testeado realizado ni en el país de origen ni aquí (fs. 4501).

La CAPDEV indicó no importar este producto (fs. 2422).

Independientemente del proceso productivo que fuera consignado ut-supra, cabe señalar que previamente a la fabricación de Anteojos existe una etapa consistente en el diseño de los mismos, a saber:

En general los productores hablan de un boceto de modelo a desarrollar y, prototipo en escala real, matrices de diseño o moldería, y dispositivos para su posterior producción (ANTEOFER a fs. 2033, LGI a fs. 1537 y MAS DE LO QUE VES a fs. 3533).

*Clarif*  
→



Según los dichos de la firma productora RANIERI, los diseños son desarrollados exclusivamente para cada una de las marcas y las matrices de los anteojos de sol y armazones de plástico, son sometidas a un proceso de ajuste mecánico y manual que demanda aproximadamente 50 horas de mano de obra (fs. 3627 y 3629).

Por su parte, las firmas importadoras BRUCK'S, GLASSORAMA, SOVANO y WARSZAWSKI, indicaron que la fabricación de moldes es previa a la inyección. Una vez determinado y diseñado el modelo que uno va a hacer, se fabrica el molde que se va a utilizar en la inyección. No deja de ser un costo adicional para la industria nacional la fabricación del molde, en cambio en los anteojos de origen china el costo del molde no existe porque dado el volumen de la fabricación, cada molde se amortiza rápidamente (fs. 3111/3, 4412/3, 4682 vuelta/4683, 4501 vta. y 4455 vta ).

ANTEOJOS NIVEL UNO, MAS DE LO QUE VES, FRANCIONI y ALBACETE indicaron en cuanto a los Anteojos de sol que su proceso productivo se realiza en serie (fabricación estandar), agregando la última empresa que también trabaja a pedido (fs. 2275/6, 3533, 2108 y 1399).

LGI, señaló que el proceso de los anteojos de sol es el mismo que el correspondiente a los armazones del mismo material, la única diferencia reside en que en los primeros las lentes son las definitivas de acuerdo al modelo mientras que en los armazones las lentes son de presentación (fs. 1538). Misma observación efectuaron las demás firmas productoras a fs. 1538, 2033, 2108, 3533 y 3629.

Cabe señalar que FRANCIONI indicó producir solo anteojos de metal, mientras que MAS DE LO QUE VES produce sólo de acetato fresado (fs. 2108 y 3533).

Por su parte, las firmas exportadoras GUQUAN y ZHEJIANG informaron un proceso productivo que no dista de lo informado por las firmas productoras con las aclaraciones brindadas por las firmas importadoras. Asimismo, cabe señalar que no indicaron la materia prima de la cual parte el mismo (traducción obrante a fs. 3960 vta. y 3961).



En esta etapa de la investigación el sector importador reforzó sus dichos, reiterando opiniones ya expuestas con anterioridad respecto de la diferencia entre el producto nacional y el importado por ellos, refiriéndose a materiales y métodos de fabricación, modelos, matrices, y grado de aprovechamiento y amortización de las mismas (fs. 4986/92).

Agregando además que “la industria nacional, concentrada en la fabricación de productos de calidad en materiales y armado, ofrece como parte integral de las bondades de sus productos una mayor variedad de diseños y modelos, marcas asociadas a nombres de diseñadores, modelos y otras personalidades relacionadas al mundo de la moda, lo que condiciona a esta industria a emplear matrices de alto valor y relativamente poco aprovechadas, en atención al mercado limitado de demanda y a cierta `exclusividad` en los modelos, todo lo cual, obviamente, eleva sustancialmente los costos de fabricación, genera costos de marketing y, por consecuencia, eleva los precios” (fs. 4988).

Respecto de la CAPDEV cabe señalar que ellos mismos se consideran “desarrolladores de diseños y marcas locales que importan manufacturas terminadas”, agregando que cuentan con un gasto importante en salarios e inversión en desarrollo de sus marcas propias locales (agencias de publicidad, diseñadores industriales y gráficos, productores de moda, imprentas, fábricas de estuches, etc). Incluso manifestaron que la imposibilidad de lograr origen local traba incluso la posibilidad de exportar marcas argentinas (4814 vta.).

De la información aportada por las partes, se deduce que en términos generales los procesos productivos informados por los productores e importadores son semejantes<sup>21</sup> si bien en algunos casos utilizan distintos insumos, sin dejar de tener presente que algunas firmas importadoras refieren al proceso productivo de pregraduados y hasta esta instancia no se contaba con información a este respecto, atento a que la industria nacional no los produce. Por otra parte, cabe señalar que el proceso productivo informado por la CAPDEV tiene la particularidad de contar con diseños y coloraciones propuestas a los proveedores chinos por parte de las firmas asociadas a ella, es decir que el cliente interviene en el diseño del modelo de antejo a fabricar; también las empresas de la CAPDEV tienen un rol activo en la

<sup>21</sup> Las firmas productoras informaron sus procesos productivos a fs. 1399 ALBACETE, fs. 2033 ANTEOFER, fs. 2108 FRANCONI, fs. 1537 LGI, fs. 3533 MAS DE LO QUE VES, FEDON a fs. 1286 vta. y fs. 3626/9 RANIERI, mientras que las firmas importadoras hicieron lo propio a fs. 2907 ARITAM, fs. 3111/2 BRUCK'S, 4682 vta. y 4683 GLASSORAMA, fs. 2838 HORZY, fs. 2622 LOVELI, fs. 4509 vta. SOVANO, fs. 4455 vta. WARSZAWSKI y a fs. 2422 la CAPDEV.



comercialización y packaging del producto. Este procedimiento conllevaría la agregación de valor al producto y el empleo de mano de obra local, estableciéndose de esta manera una categoría distinta a los importadores que sólo comercializan el producto.

En oportunidad de efectuar sus consideraciones finales, las firmas importadoras y exportadoras reiteraron su postura respecto de las diferencias entre los procesos productivos del producto nacional e importado, relatando nuevamente los insumos involucrados en cada proceso<sup>22</sup> (fs. 6156 y vta.).

A estos dichos respondió la CADIOA en oportunidad de sus consideraciones finales, indicando que se encuentran en condiciones de abastecer el mercado nacional de anteojos, tanto en la gama baja, como media y alta (fs. 6141).

*Handwritten signature in blue ink.*

<sup>22</sup> Al respecto, cabe señalar que los resultados de las verificaciones efectuadas a las firmas productoras LGI y RANIERI obran en los Informes Técnicos GI-GN/VERIF Nº 32/12 y 35/12, obrantes a fs. 6060/8 y 6075/82.



#### IV.4. Normas Técnicas.

En la instancia previa a la apertura y conforme la información obrante a ese momento en las actuaciones del expediente, se señaló que “del expediente no surge que ni el producto nacional ni el producto importado objeto de análisis se encuentren sujetos a normas técnicas”.

Declarada procedente la apertura de la presente investigación, y recibidas las respuestas de los cuestionarios remitidos por esta CNCE, solamente algunas firmas importadoras suministraron información a este respecto.

Del análisis de las respuestas recibidas, cabe destacar lo informado por la firma importadora GLASSORAMA, en el sentido de que “los anteojos que se importan se piden con fabricación de conformidad a las normas de salud habituales del mercado estadounidense y europeo”. Agregando que si bien no están certificados por normas ISO, la calidad de los filtros contra rayos ultravioletas de anteojos para sol, son verificados adicionalmente por la empresa con equipamiento especializado (fs. 4682 vuelta).

LOVELI señaló que según lo establecido en la Disposición 5628/2008 de la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), “Loveli ha procedido con el cumplimiento de 2 requerimientos fundamentales para importar y comercializar productos médicos, 1) La habilitación de empresa y certificados de buenas practicas de fabricación PM-1169 y 2) el registro de cada uno de sus productos médicos confeccionando un ensayo de potencia óptica en el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)” (fs. 4215).

Respecto de los gafas pregraduadas LOVELI indicó que existe “un sistema de control que no lo conlleva un armazón nacional preparado en una óptica, ya que: a) están fabricados con estándar de calidad según normas de la Comunidad Europea (CE) y americanas Food and Drug Administration (FDA); b) existe un control del INTI en cada modelo que se registra en la ANMAT, sin la cual, no se puede realizar el despacho a plaza (Disposición. 5626/2008 ANMAT<sup>23</sup>); y c) la existencia de un farmacéutico técnico responsable registrado en la ANMAT. Esta triple fiscalización/control no existe en una lente revisada únicamente por un técnico óptico.

<sup>23</sup> Cabe señalar que la empresa se refiere a la Disposición 5628/2008, conforme obra en detalle en el acápite 8 de la presente sección.



En cuanto a los anteojos para sol, si bien no es obligatorio, LOVELI ha certificado con ensayos en el INTI varias de sus partidas de anteojos importados para reconfirmar la garantía de calidad de los mismos (se adjuntan algunos certificados al respecto)<sup>24</sup> (fs. 2622 y 4215).

Por su parte, las firmas exportadoras GUQUAN y ZHEJIANG informaron que en China cuentan con pautas técnicas nacionales, sin embargo los importadores/compradores tiene posibilidad de establecer requerimientos puntuales para sus pedidos (fs. 3908 vta. y 3760 vta.).

En la presente instancia de la investigación, atento no haberse introducido nueva información se mantiene la conclusión a la que se arribara en oportunidad del ITDP en el sentido de que, atento a la información proporcionada por las partes y recabada de fuente oficial por esta CNCE. Cabe señalar que lo que respecta a la normativa aplicable a la fabricación y/o importación de pregraduados y comercialización de anteojos de sol se encuentra desarrollado en el Acápite 8 de la presente Sección.

#### IV.5. Canales de comercialización.

En la instancia previa a la apertura y conforme la información obrante a ese momento en las actuaciones del expediente, se señaló que:

Al respecto, a fs. 4 de las presentes actuaciones la CADIOA indicó que “los productores nacionales venden sus productos dentro del mercado argentino a ópticas exclusivamente, encontrándose en gran desventaja con los importadores extranjeros, ya que éstos últimos venden sus productos en el mismo segmento de comercios y, además, en negocios polirubros y en tiendas especializadas en anteojos de sol que no tienen la jerarquía de ópticas.

Asimismo, la CADIOA indicó que en la comercialización de anteojos intervienen cuatro actores, bien diferenciados según el canal de que se trate, a saber:

- Fabricantes
- Mayoristas/Importadores
- Ópticas

  
<sup>24</sup> Al respecto se señala que la documentación acompañada por esta empresa obra a fs. 2651/69.





- Negocios especializados en anteojos de sol sin jerarquía de ópticas y tiendas polirubros.

En primer lugar están los fabricantes que venden los armazones a las ópticas, y éstas a su vez, venden los anteojos bajo prescripción médica a los usuarios. Los anteojos de sol recorren el mismo circuito, pero a diferencia de los armazones para anteojos, las gafas de sol se venden libremente.

Los distribuidores mayoristas, en su mayoría importadores, venden el mismo producto que los fabricantes nacionales a las ópticas y a tiendas especializadas en anteojos de sol. Estas últimas actúan en el canal minorista y están autorizadas a vender solamente anteojos de sol.

Dentro de los importadores se pueden distinguir dos grandes grupos: los que se dedican al rubro y aquellos que actúan como bolseros<sup>25</sup>. Según la CADIOA, muchos de los importadores ingresan productos a muy bajo precio dado que en la mayoría de los casos aprovechan las oportunidades que les ofrecen los proveedores a través de las prácticas que se están denunciando y los venden a operadores del mercado negro o a tiendas especializadas en lentes de sol (fs. 7).

Declarada procedente la apertura de la presente investigación, y recibidas las respuestas a los cuestionarios remitidos por esta CNCE, las partes suministraron mayor información respecto de los canales de comercialización de los Anteojos.

Al respecto, las empresas productoras e importadoras informaron comercializar en los canales conforme se consigna en la siguiente Tabla:

<sup>25</sup> Se llama bolseros a aquellos importadores que en su mayoría operan como distribuidores mayoristas de China, y que importan diferentes productos en un mismo envío, a fin de aprovechar las economías de flete y las ofertas a precios de remate de una gran variedad de productos, entre los que se encuentran anteojos de sol y armazones para anteojos.

*Aut*



**Tabla N° IV.5.1**  
**Canales de comercialización informados por las distintas empresas**  
**En porcentajes**

**a. Productores nacionales**

**a. Anteojos**

	Mayorista. / distribuidor.	Ópticas	Otros minoristas
Nivel Uno		100	
Francioni	10	90	
Ranieri		96	4
Anteofer		100	
Albacete	100		
LGI	15	85	

**b. Armazones**

	Mayorista. / distribuidor	Ópticas
Nivel Uno		100
Francioni	10	90
Ranieri		100
Anteofer	9	91
Albacete	100	
LGI	15	85

Fuente: Información obrante en el expediente de referencia (fs. 3504, 2110/1, 3630/1, 3484, 2035/6, 1401/2, 1539/41)

**b. Importadores**

**a. Anteojos**

	Mayorista. / distribuidor.	Minorista	Otros
Loveli	10	90	
Glassorama	50	48	2
Aritam	30	68	2
Horzy	30	70	
Sovano	20	80	
Manik	70	30	
Bruck's	40	53	7
Warszawski	100		

**b. Armazones y/o pregraduados<sup>26</sup>**

	Mayorista. / distribuidor.	Minorista	Otros
Loveli	10	90	
Glassorama	10	80	10
Aritam	85	15	
Horzy	50	50	
Sovano	20	80	
Manik	70	30	
Bruck's	25 / 15	65 / 80	10 / 5
Warszawski	100		

Fuente: Información obrante en el expediente de referencia (fs. 4217, 4684, 4188, 2840/1, 4502, 4306, 4414, 4456)

Por su parte, la CAPDEV indicó que sus asociadas venden sus anteojos de sol y armazones 100% a ópticas minoristas (fs. 2423/4).

Conforme la información obrante en las presentes actuaciones, y atento no haber sufrido alteraciones desde el ITDP se reitera que se podría inferir que el canal donde se concentra la mayor cantidad de Anteojos es el minorista, específicamente ópticas en el caso de las firmas productoras, mientras que los importadores dividen su comercialización entre mayoristas y minoristas –ópticas, y demás tiendas polirrubros-aunque predomina el canal minorista.

<sup>26</sup> Se recuerda que las firmas importadoras de pregraduados son: BRUCK'S, LOVELI, MANIK.COM y SOVANO. Por lo expuesto, aquellas columnas que presentan un solo porcentaje de comercialización responden a que las mencionadas empresas informaron utilizar la misma estructura de venta para armazones y pregraduados.



En oportunidad de sus consideraciones finales las firmas importadoras y exportadoras indicaron que “la información recabada con relación a los canales de comercialización no resulta un hecho relevante para la determinación del ingreso de productos chinos en condiciones de dumping toda vez que la elección de los mismos por parte de los distintos actores es un hecho que se verifica una vez que los productos –ya sean nacionales o importados- se encuentran en el mercado”<sup>27</sup> (fs. 6157).

#### IV.6. Percepción del Usuario.

Conforme la información obrante a la fecha en las presentes actuaciones, a continuación se indican las consideraciones de las partes respecto de la percepción del usuario de Anteojos.

Según surge de fs. 4, la CADIOA indicó que el usuario a simple vista no percibiría diferencias entre el producto nacional y el importado objeto de investigación. La excepción estaría dada por aquellos casos en que los anteojos se comercializan bajo marcas puntuales (fs. 4).

Las firmas productoras nacionales en general, asintieron lo indicado ut- supra, en el sentido de que los usuarios no perciben diferencias entre el producto nacional y el importado (fs. 1400, 1538/9, 2034/5, 2109, 3535 y 3630).

Por su parte, las firmas importadoras, en desacuerdo con los productores efectuaron los siguientes comentarios respecto de la percepción del usuario con relación a los anteojos de sol y amazones nacionales e importados y pregraduados importados de China y de otros orígenes:

ARITAM indicó que “la tendencia del comprador es de mirar primero la marca. Esto se da en los compradores de más recursos. La calidad de nuestro producto es menor pero al cumplir las mismas prestaciones (proteger del sol) el cliente de menos recursos no puede darse el lujo de gastar tanto dinero en un antejojo” ( fs. 4189).

*Conf*  
*6*

<sup>27</sup> Al respecto, conforme obra en el Anexo I- Notas Metodológicas del presente informe (fs. 5920), cabe señalar que el análisis de los canales de comercialización es procedente tanto para la evaluación de la similitud del producto importado y el nacional, como para realizar las comparaciones de precios.



BRUCK'S señaló que "las diferencias mayores están dadas por los materiales de fabricación y por el bajo desarrollo de marca, ya que están dirigidos al público de más bajo poder adquisitivo, el usuario los compra para protegerse de los rayos UV400 y como accesorio de moda, en el caso de los lentes de otros orígenes y los nacionales son fabricados con materiales de mayor calidad y con un gran desarrollo de marketing, por ej. Ray-ban, Reef., Orbital, etc., donde el cliente está dispuesto y puede pagar más caro por el uso de éstos, ya que no es lo mismo una calidad premium o alta con una marca muy desarrollada, que un anteojito genérico" (fs. 4415).

GLASSORAMA opinó que "hay varias diferencias importantes para un usuario con la capacidad de pago suficiente como para erogar entre tres y hasta veinticinco veces mas por un anteojito de sol, especialmente basándonos en los atributos de la marca (marketing e imagen) y los materiales que lo componen, la garantía, la calidad, el diseño exclusivo, la durabilidad y servicio post venta. Obviamente no es lo mismo utilizar un anteojito de sol sin marca básico de \$ 50 por unidad, que utilizar un "Ray Ban" de \$ 1500 o un "Reef" o "Mormaii" de \$ 500. Las diferencias también se aprecian en el packaging, la flexibilidad, el peso y el hecho de que sean hipoalergénicos" (fs. 4685).

HORZY "indicó que un anteojito nacional o italiano sólo se vende en ópticas y está respaldado por una marca, además el óptico tiene un mark up mucho más alto que otro comerciante lo cual hace que el precio de venta sea mucho mayor". (fs. 2842).

LOVELI acotó que "no hay un solo tipo de usuario, es determinante entender que detrás de cada segmento socio-económico hay una expectativa de producto, es decir, que para un público ABC1, detrás de cada marca de anteojito para sol hay principalmente un status que potencia el mismo, por ejemplo Ray Ban aviator. A medida que nos acercamos a la masividad de venta en precios, si bien los modelos de anteojos son similares entre si, lo que prima es la sensación de que el precio es acorde con la expectativa de diseño" (fs. 4219). Asimismo agregó que sus anteojos importados "tienen además una función social ya que ofrecen un anteojito que protege la vista a un precio sumamente accesible logrando así masificar la venta en el segmento de mercado C2, C3<sup>28</sup>; a diferencia de otras marcas como Ray Ban, Reef y

  
<sup>28</sup> Se refiere a segmentos sociales medios.



otras similares, que venden sus productos de carácter exclusivo y selectivo en el canal óptico cubriendo la demanda del segmento de mercado ABC1<sup>29</sup> (fs. 4215/6).

SOVANO opinó que “el antejo de sol importado de China es de buena calidad y tiene un bajo costo (debido a la gran producción de este país, porque le venden a todo el Mundo, USA, JAPON, AUSTRALIA, CANADA, EUROPA, Países del PRIMER MUNDO sin tener ningún inconveniente porque cumplen con todas las regulaciones vigentes FDA, CE y UV400. La Industria Nacional fabrica sus productos con materiales totalmente distintos a los nuestros<sup>30</sup> (fs. 4502).

WARZAWSKI indicó que “los anteojos chinos son vistosos y a primera vista no se ven diferencias, el problema viene con el uso ya que se despintan, se aflojan las bisagras, se abren las patillas, se rompen los flex de las mismas, se deforman los frentes y se salen los lentes” (fs. 4458). También informó que sus usuarios son “sectores de poco poder adquisitivo que no llegan a pagar las marcas (gran mayoría de la población), además el costo de las marcas es mucho mayor debido a su costoso proceso de fabricación que es totalmente diferente al chino, tienen además enormes desembolsos por royalty para tener las licencias de dichas marcas, más todos los costos de publicidad y distribución (vendedores con altas comisiones, juicios en muchos casos de dichos vendedores, etc.)” (fs. 4456).

Según BRUCK’S y GLASSORAMA, el material utilizado en la industria nacional permite obtener un producto de mejor calidad y mayor duración, evita el sonido desagradable de los anteojos hechos en PC cuando se cae al piso el antejo. Pero, por su elevado precio está dirigido a la clase social que lo puede pagar, destacando que el antejo nacional no es comparable con el antejo importado de la línea económica por su precio, calidad y porque apunta a otro segmento de poder adquisitivo (fs. 3111/3, 4412/3 y 4682 vuelta/4683).

Vale decir que las firmas importadoras BRUCK’S y GLASSORAMA indicaron que la línea económica de armazones de plástico inyectado que importan “...en su mayoría se usan para PAMI dado su bajo costo” y ello “permite acceder a estos productos a gran parte del pueblo argentino” (fs. 3113 y 4683 vta.).

<sup>29</sup> Se refiere a segmentos sociales altos.

<sup>30</sup> Las mayúsculas de este párrafo pertenecen a la empresa.



Por su parte, la CAPDEV opinó que “las diferencias más importantes las percibe el usuario en la diversidad de diseños, coloraciones y aplicaciones de marca”, atento a la capacidad de innovación de los fabricantes chinos. A este respecto esta entidad indicó que algunas marcas internacionales, cuya manufactura esencial o total es de China, mediante el cumplimiento de requisitos formales de terminación o procesos equivalentes establecidos por la legislación Italiana, obtienen la leyenda “made in Italy”, como ser los “Ray Ban” que no han dejado de aumentar su participación en el mercado argentino en los últimos años. Estas marcas internacionales reúnen la combinación ideal entre “MARCA INTERNACIONAL+CHINA+BAJO PRECIO” (fs. 2425/6).

MANIK.COM señaló que la percepción “va a depender de su posición económica”, el segmento bajo se preocupa por el precio, mientras que el segmento medio alto por el posicionamiento de la marca”, y particularmente en los pregraduados se busca “comodidad ante una urgencia” (fs. 3200), mientras que sus usuarios son en un 70% el mercado popular (bajos a medianos recursos), mientras que el restante 30% corresponde al de mediano poder adquisitivo (fs. 3196).

La CAPDEV informó que las diferencias de precios entre el producto importado y el nacional deviene de que los productores nacionales se dedican además a la comercialización del producto, mientras que los proveedores chinos solamente a la fabricación, y que esta situación se ve reflejada en el precio del producto por el cálculo de los costos respectivos. Además indicó que existen diferencias de diseño y percepción de las marcas internacionales (fs. 2424/5).

En esta etapa de la investigación el sector importador –no asociado a la CAPDEV- expresó que los productos importados por ellas, a diferencia de los fabricados por la CADIOA, “se encuentran en un segmento de mercado y calidad medio bajo, y su precio de importación y los precios de venta en el mercado interno están en directa relación con dicho segmento” (fs. 4987 vta. y 5044 vta.).

Con la información recabada en el expediente hasta esta instancia, se reitera que se podría inferir que el usuario a simple vista no percibe diferencias entre los Anteojos nacionales y los importados, detectándose las mismas en los detalles exclusivos o decoraciones de los Anteojos y en los envoltorios o estuches. Sin perjuicio de ello habría usuarios que definen su compra en función de una marca específica y/o presupuesto disponible al momento de adquirir un Anteojo.

*Aut.*



En oportunidad de sus consideraciones finales las firmas importadoras y exportadoras indicaron que “la inclinación al precio más bajo o al producto más de moda y la marca más valorada que pone de relieve el informe implica una diferencia en la valoración que los consumidores hacen de las diferentes gamas de productos y en la cual se sustenta asimismo la afirmación respecto a la imposibilidad de sustituibilidad de unos y otros productos” (fs. 6157 vta.).

#### IV.7. Precios.

A continuación se presenta en la Tabla IV.7.1 información sobre los precios nacionales y los precios nacionalizados de los artículos representativos de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas<sup>31</sup>.

##### Tabla N° IV.7.1:

Precios nacionales e importados de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas.

Año 2010 -en \$/unidad-

Nivel de primera venta

##### a) Anteojos de sol

Artículo representativo	Producto importado – Origen China	Precio Nacional
	FOB medio nacionalizado	
Plástico inyectado, no poliamida	16,63	105,90
Metal, con o sin marca	14,35	136,18
Plástico fresado	84,60	183,66
Metal, segmento medio/alto	35,65	187,56
Plástico inyectado poliamida	24,69	170,82

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de referencia y DGA.

##### b) Armazones

Artículo representativo	Producto importado – Origen China	Precio Nacional
	FOB medio nacionalizado	
Metal, con o sin marca	23,34	78,10
Plástico fresado	37,49	147,16
Metal, segmento medio/alto	44,86	156,70
Plástico inyectado poliamida	48,54	153,63

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de referencia y DGA.

<sup>31</sup> Para detalles sobre los artículos representativos considerados y la nacionalización efectuada, ver Anexo I, Notas Metodológicas, del presente informe.



c) Pregraduados

Artículo representativo	Producto importado – Origen China	Precio Nacional
	FOB medio nacionalizado	
Plástico	12,72	153,63
Metal	15,39	78,10

Nota: Por no contarse con precios de pregraduados de origen nacional, se consideraron los precios de armazones de características semejantes.

Fuente: CNCE en base a información obrante en el expediente de referencia y DGA.

En oportunidad de sus consideraciones finales las firmas importadoras y exportadoras indicaron que "las tablas de precios incorporadas al informe de hechos esenciales a fs. 5831 adolecen de errores ya señalados por nuestras mandantes y debidamente probados en el sentido de basarse en evidencia no idónea aportada por la CADIOA, tratada mediante metodología inapropiada", dichas cuestiones se consignan a continuación:

- En efecto, para los anteojos de sol y los armazones, los precios consignados en la columna "precio nacional" coinciden con los que surgen de las planillas de estructura de costos de las firmas productoras incorporados como Anexo I del informe. El vuelco de los precios finales de los productos que surgen de los referidos cuadros a la comparación de fs. 5831 evidencia la falta de homogeneidad entre los comparables<sup>32</sup> (fs. 6157 y 6158 y vta.).

IV.8. Consideraciones sobre la producción y/o importación de los lentes pregraduados y la comercialización de las gafas de sol.

En el recuadro que se presenta a continuación se detalla el marco legal que regula la producción y/o importación de los anteojos pregraduados para corrección de la presbicia y la comercialización de las gafas de sol a partir de información pública a la que tuvo acceso esta CNCE.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*

<sup>32</sup> Para mayores detalles respecto de la metodología utilizada en la confección de esta información ver Anexo I- Notas Metodológicas del presente Informe (fs. 5916/34). Este punto tiene por objeto evaluar los niveles de precios de los productos importado y nacional, por lo que no se realiza aquí una comparación de precios, la que se realiza en el Anexo Estadístico y Metodológico.





Recuadro N° IV. 1: Marco legal

1.- La Ley 17.132 relativa al "Ejercicio de la Medicina, Odontología y actividades Auxiliares" de fecha 31/01/67, en el Art. 68 establece. :

- "Artículo 68: El despacho al público de anteojos de todo tipo (protectores, correctores y/o filtrantes) y todo otro elemento que tenga por fin interponerse en el campo visual para corregir sus vicios, sólo podrá tener lugar en las casas de óptica previamente habilitadas.

Por su parte, el Art. 68 del Decreto N° 6216/67, reglamentario de la citada ley establece que el óptico técnico será personalmente responsable de la calidad de las lentes que expendan, las que deberán ajustarse a las condiciones que fije la autoridad competente, mientras que el Art. 69 del decreto en mención dispone que dicho técnico...sólo podrá actuar por prescripción médica, la que deberá ajustarse a las condiciones que allí se indican.

Asimismo, según el Art. 1° de la Ley N° 16.463 (B.O. 08/08/64), denominada "Ley de Medicamentos" quedan sometidos a sus disposiciones "...la importación, exportación, producción, elaboración, fraccionamiento, comercialización o depósito en jurisdicción nacional o con destino al comercio interprovincial, de las drogas...y todo otro producto de uso y aplicación en la medicina humana y las personas de existencia visible o ideal que intervenga en dichas actividades, estableciendo el Art. 31 que los productos comprendidos en la ley citada deberán reunir las condiciones establecidas en la Farmacopea Argentina o en las que surjan de los patrones internacionales y de textos de reconocido valor científico.

De acuerdo a lo establecido en la citada ley, sus normas reglamentarias y el Decreto N° 1490/92, la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica –ANMAT- es el organismo competente entre otros aspectos, en la fiscalización sobre la sanidad y calidad de los productos enunciados en la Ley N° 16.462, como así también respecto al contralor y fiscalización de las actividades de importación, exportación, producción, elaboración, fraccionamiento, comercialización o depósito de los mismos en jurisdicción nacional o con destino al comercio interprovincial.

En función de la normativa reseñada, se suscitaron diversas controversias interpretativas en relación con los anteojos pregraduados para corrección de la presbicia, en cuanto al régimen jurídico que le resulta aplicable y consecuentemente la autoridad de aplicación correspondiente.

- Es así que en base a una interpretación del alcance del Art. 1° del Decreto N° 2284/91 de Desregulación Económica, la Resolución N° MEyOSP 102/95, dejó sin efecto la aplicación del Art. 68 de la Ley 17.132, resolución ampliamente cuestionada en sede judicial dando lugar a una acción de amparo interpuesta por la Cámara Argentina de Opticas (CADEO) c/ ANMAT-Tecnología Médica en la que se hizo lugar al amparo, declarando la nulidad del Art. 1° de la Resolución MEyOSP N° 102/95 en cuanto autorizaba el expendio de anteojos pregraduados para la presbicia en establecimientos comerciales que no fueran ópticas'. En igual sentido, se resolvió en los autos: "Sociedad Argentina de Contactología c/ MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS s/ AMPARO LEY 16.986"



- En esa oportunidad, la Sala I de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal dijo que "...en nuestro país el despacho o comercialización al público de todo tipo de anteojos (protectores, correctores –como son los pregraduados para la presbicia- y/o filtrantes) se encuentra normativamente previsto como una actividad de colaboración con la medicina, siendo el legislador el que...sujetó tales actividades a una rigurosa regulación, autorizando su expendio a ópticos técnicos, siempre bajo prescripción médica, y solamente en ópticas habilitadas, a las cuales incluso prohibió su mera tenencia sin respaldo de la receta de un facultativo..."

A raíz de dicha sentencia, la ANMAT dictó con fecha 20 de abril de 2005 la Disposición N° 2331/05 mediante la cual suspendió el registro y la importación de todas las lentes pregraduadas para la corrección de la presbicia.

Finalmente, la firma LOVELI S.A., promueve acción de amparo contra el Estado Nacional-Ministerio de Salud con el fin de que se establezcan los mecanismos de fiscalización y control de calidad que permitan la importación de los productos ópticos no terapéuticos a los que hace referencia la Resolución N° 102/95 del ex Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, resolviendo el Juzgado interviniente que: "...corresponde a la ANMAT actuar en materia de expendio e importación de lentes pregraduados como producto de uso y aplicación en medicina humana, tanto en lo que hace al contralor de esas actividades, como en lo que refiere a la elaboración y proposición de normas a la Secretaría de Salud respecto a ellas...". Y concluye diciendo que:..."como consecuencia de todo lo hasta aquí expuesto corresponde que la Secretaría de Salud del Ministerio de Salud de la Nación arbitre los medios necesarios para que...se establezcan los mecanismos de control y fiscalización de calidad que posibiliten la importación de los productos en cuestión..."

En cumplimiento de este fallo dictado el 20/11/2007, el Ministerio de Salud dictó la Resolución N° 857/08, estableciendo en el art. 1° que los mecanismos de fiscalización y control para el registro sanitario de los anteojos pregraduados para presbicia, son los previstos en el Reglamento Técnico MERCOSUR/GMC/RES N° 40/00. Asimismo se estableció que: "Las actividades de fabricación y/o importación de los productos mencionados en el Artículo 1° podrán ser realizadas por empresas debidamente inscriptas ante la ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGIA MEDICA (ANMAT), las que funcionarán bajo la dirección técnica de un profesional matriculado por este Ministerio, con título cuyas incumbencias lo habiliten para llevar a cabo tales actividades. (Art. 2°). Y, en el Art. 3° la misma resolución establece que "...el despacho al público de los productos objeto de la presente reglamentación deberá realizarse en aquellos locales autorizados al efecto de acuerdo con la reglamentación vigente en cada jurisdicción."

En los considerandos de la citada resolución, se expresa que teniendo en cuenta las competencias que le han sido asignadas normativamente a la ANMAT, corresponde que este organismo fije las condiciones de venta, advertencias y especificaciones que considere conveniente aplicar sobre los productos en cuestión, para conocimiento del público conforme

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



lo establecido en la Ley de Medicamentos N° 16.463 para dichos productos, correspondiendo asimismo dejar sin efecto la suspensión del registro e importación de todas las lentes pregraduadas para la corrección de la presbicia dispuesta oportunamente por la Disposición ANMAT N° 2331/05.

En consecuencia, la ANMAT dicta la Disposición N° 5628/2008 disponiendo que "Las empresas que realicen actividades de fabricación o importación de anteojos premontados o pregraduados para presbicia, deberán obtener previamente la Autorización de Funcionamiento conforme lo prevé el "Reglamento Técnico Relativo a la Autorización de Funcionamiento de Empresa Fabricante y/o Importadora de Productos Médicos", aprobado por MERCOSUR/GMC/RESOLUCION N° 21/98, e incorporado al ordenamiento jurídico nacional por la Disposición ANMAT N° 2319/02 (t.o. 2004).. Asimismo, la Disposición indica la documentación que se deberá presentar para la inscripción de los anteojos premontados o pregraduados para presbicia en el Registro de Productores y Productos de Tecnología Médica, estableciendo el modelo de información y advertencia que se deberá incluir en los rótulos de los mismos.

Cabe mencionar que con el mismo criterio al establecido por la normativa nacional señalada, en la Provincia de Buenos Aires la cuestión está regulada por Ley 12.239, en la Provincia de Córdoba rigen las leyes N° 6222 y 7802 y en la Provincia de Santa Fé rigen las leyes N° 10.726 y 9.847, modificatorias y concordantes.

2.- Con respecto a las gafas de sol o lentes protectoras y/o filtrantes, cabe mencionar que en los autos: "Sportfila y Kunta c/ ESTADO NACIONAL s/acción meramente declarativa" la actoras promovieron demanda declarativa de inconstitucionalidad de la Ley N° 17.132, en tanto exige el requisito de habilitación otorgada por la entonces Secretaría de Salud Pública para la venta de ese tipo de lentes. En esa oportunidad, la Corte Suprema de Justicia de la Nación se expidió opinando que "...la exigencia legal cuestionada, esto es, que las lentes comúnmente denominadas de sol deban ser expedidas por profesionales ópticos no resulta irrazonable si se tiene en cuenta que ellas son susceptibles de ocasionar daño a la salud. Antes bien, la necesaria intervención de un profesional idóneo tiende a evitar su concreción, lo que legitima el poder de policía sanitario puesto en ejecución... puede afirmarse que existe un nexo razonable entre las previsiones de los Arts. 68 y 70 de la Ley 17.132 y la afectación de la salud pública"" Fallos S181 XXIII del 3 de marzo de 1992, es decir posterior al dictado del Decreto de Desregulación Económica,

La cuestión relativa a las condiciones de fabricación, importación, comercialización, etc, de este tipo de anteojos, no ha sido específicamente normado, ni reglamentado por el Ministerio de Salud y/o la ANMAT.

*Aut,*  
*G*



De lo anterior surge que actualmente está permitida la producción y/o importación de pregraduados, siempre y cuando se cumplimente lo establecido mediante Disposición N° 5628/2008 del ANMAT<sup>33</sup>. Asimismo, hay carencia de reglamentación de esta Disposición en la mayoría de los distritos de nuestro país – a excepción de Córdoba, Chaco, Santa Fe y Buenos Aires-.

Si bien se tiene conocimiento de que algunas empresas han obtenido autorización de funcionamiento y visando documentación para comercializar pregraduados, en la actualidad ello no estaría sucediendo.

Finalmente cabe señalar que hay numerosas campañas que alertan de la peligrosidad en el uso de anteojos de venta libre, entre ellas "No juegues con tus Ojos" (<http://nojueguescontusojos.com/?p=431>).

*ans*  
*6*

<sup>33</sup> En sus consideraciones finales, la CADIOA señaló que las gafas pregraduadas "no se fabrican en el país porque hay una ley nacional que lo prohíbe, exigiendo recetas médicas por cada antejo graduado que se vende en las ópticas", agregando que no existen impedimentos técnicos para la fabricación de las mismas y a bajo costo (fs. 6140).



## V. DISTINTOS ARGUMENTOS ACERCA DE LA EXISTENCIA DE DAÑO APORTADOS EN EL EXPEDIENTE<sup>1</sup>.

### V. 1. Daño y Dumping.

#### V. 1. 1. Volumen de las importaciones objeto de dumping en términos absolutos y en relación con la producción o el consumo del miembro importador.

Conforme fuera señalado por la CADIOA en la instancia previa a la apertura de la presente investigación “desde hace ya unos años, y agravado aún más por la crisis económica mundial, nuestros productores nacionales de la industria óptica se ven fuertemente afectados por la importación de productos –anteojos de sol, armazones para anteojos de lectura y gafas correctoras o pregraduadas- provenientes de exportadores de China, Taiwán y Hong Kong, ya que, estos países colocan sus productos en el mercado argentino a precio de dumping, provocando un grave daño a nuestra economía nacional. Ese daño se traduce en el cierre de muchas fábricas nacionales; las que se encuentran en funcionamiento hoy, tienen aproximadamente el 65 por ciento de su capacidad instalada desocupada<sup>2</sup>” (fs. 2).

Con relación a la Producción Nacional de Armazones para Anteojos, también mantiene una disminución constante de la producción, tal es así, que entre el año 2005 y el 2008, la producción descendió un 22,89%, marcando una tendencia mayor para el 2009<sup>3</sup> (fs. 18).

A modo conclusivo la CADIOA indicó que “el considerable volumen de las importaciones y su participación sobre el consumo aparente, con niveles de precios muy por debajo de la industria argentina, han generado un deterioro insostenible sobre la industria nacional, provocando una baja en la rentabilidad que hace imposible continuar con dicha industria en corto plazo” (fs. 19).

<sup>1</sup> Esta sección del informe se basa en los distintos argumentos expuestos, por la CADIOA –entidad presentante de la información inicial-, por las firmas productoras, importadoras y exportadoras intervinientes y por la CAPDEV, en las presentes actuaciones. Ello implica que su contenido no constituye en modo alguno una opinión del equipo técnico de la CNCE.

<sup>2</sup> Según surge del Cuadro N° 5 del Anexo I del presente informe, la máxima utilización de la capacidad de producción de las empresas del relevamiento (ALBACE, FRANCIONI, LGI y RANIERI) fue del 13% durante el período analizado mientras que la correspondiente al total nacional no superó el 10%.

<sup>3</sup> De acuerdo a los datos del Cuadro N° 1.a.1 del Anexo I, la producción nacional de anteojos de sol y armazones disminuyó un 25% en 2009, con respecto al año anterior.



En oportunidad de responder al cuestionario, el sector productor coincidió en cuanto a que sus empresas han sido dañadas por las importaciones investigadas, agregando que según sus estimaciones entre el 85 y 90% de lo que se consume en el mercado interno es importado, y proveniente en su mayoría de China<sup>4</sup> (ALBACETE a fs. 1419, ANTEOFER a fs. 2057, LGI a fs. 1561, RANIERI a fs. 3561, MAS DE LO QUE VES a fs. 1330, FEDON a fs. 1297 y FRANCIONI a fs. 2138).

Por su parte, FEDON indicó que las importaciones continúan creciendo a un ritmo sostenido ganando cada vez mayor participación en el mercado local y destruyendo a la industria nacional que aun sigue en pie<sup>5</sup> (fs. 1297).

En igual oportunidad las firmas importadoras, contradijeron la postura del sector productor indicando que el daño a la industria nacional no se debe a las importaciones investigadas (fs. 4466, 2640, 4369, 4195, 3130, 2857 y 4509).

Todas, excepto WARSZAWSKI, indicaron que no importan productos en condiciones de dumping y que la industria nacional no ha sido dañada por las importaciones investigadas (fs. 4466/7, 2640/1, 4369/70, 4195/6, 3131/2, 2858/9 y 4509). En general esta alegación fue fundamentada con el planteo de contrabando que se desarrolla en el acápite V.1.5 de la presente sección.

Por su parte la firma importadora LOVELI indicó que no hay industria nacional de los productos que su empresa importa y comercializa<sup>6</sup> (fs. 2640).

GLASSORAMA señaló que las importaciones realizadas por su empresa crecieron de 2008 a 2009 y luego disminuyeron, mientras que sus precios de compra aumentaron a lo largo del período de U\$S 0,67 a U\$S 0,90. También indicó que se han abastecido de anteojos chinos del mercado interno, pero su proveedor este año les informó que no ha realizado importaciones por la caída de sus ventas. Por ello la empresa agregó que "la importación legal tiende a reducirse" (fs. 4369).

<sup>4</sup> Al respecto, según surge del Cuadro N° 14.a del Anexo I, entre el 95% y el 91% del consumo aparente de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas, durante el período investigado, estuvo abastecido por productos de origen chino.

<sup>5</sup> De acuerdo surge del Cuadro N° 11.1.a, las importaciones, en unidades, de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas originarias de China se incrementaron un 19% en el período enero-marzo 2011, con respecto a igual período del año anterior.

<sup>6</sup> Acompañando sus dichos remitió a lo consignado por la empresa en los Cuadros N° 3.1 y 3.3 del Cuestionario al Importador.



Las empresas importadoras ARITAM y BRUCK'S manifestaron que tanto sus ventas como las importaciones han disminuido a lo largo del período (fs. 4195 y 3131). Mientras que HORZY indicó que el volumen de importaciones decreció con respecto a años anteriores al 2008 (fs. 2858).

La importadora SOVANO reforzó la argumentación de caída de las importaciones, en base a un planteo respecto del contrabando de anteojos el que será tratado en la presente sección en el acápite V.1.5. (fs. 4509).

Con posterioridad al ITDP, las firmas importadoras acompañaron facturas de los mercados brasilero y chino, solicitando a los fines de las determinaciones de dumping y prueba de valor normal "se agreguen las facturas acompañadas, y se desestime la utilización de las facturas aportadas por CADIOA a los efectos de la presente investigación, tomando como base de cálculo los datos aportados en las facturas que se adjuntan" (fs. 4992 y vta.y 5040 vta., 5041 y 5048 vta.).

En oportunidad de sus consideraciones finales las firmas importadoras y exportadoras indicaron que "las tablas de precios incorporadas al informe de hechos esenciales a fs. 5831 adolecen de errores ya señalados por nuestras mandantes y debidamente probados en el sentido de basarse en evidencia no idónea aportada por la CADIOA, tratada mediante metodología inapropiada", dichas cuestiones se consignan a continuación (fs. 6157 y 6158 y vta.):

- No obstante lo expuesto, es dable destacar que de las estadísticas de importaciones de la Aduana de Brasil surge que las firmas integrantes de CADIOA exportan sus anteojos –respecto de cuya calidad han expuesto sobradamente y no es objeto de cuestionamiento- al mercado brasileño, a un valor promedio de 10 dólares. En ese sentido, parece pretenderse que el valor de los anteojos en nuestro país sea de U\$S 57 (supuestamente en aras a satanizar la libre competencia con la industria nacional), mientras que los anteojos similares que exporta la propia industria nacional tienen un valor de exportación U\$S 10. Ello evidencia una clara maniobra de CADIOA de utilizar el presente procedimiento para excluir del mercado local a los productos importados, con una clara intención monopólica u oligopólica, más que para proteger a la inexistente industria nacional de una maniobra de competencia desleal que no ha podido acreditar, que supuestamente le causaría un daño que tampoco ha acreditado fehacientemente. En este contexto, continuar con



esta investigación e imponer medidas preliminares o definitivas implicaría virtualmente llevar a la quiebra a comerciantes argentinos, que no podrían hacer frente a tales medidas ni comercializar sus productos al mayor valor que resultaría de aplicarse medidas antidumping, simplemente para que CADIOA pueda tener el control cartelizado del comercio de anteojos en nuestro país<sup>7</sup>.

- Ello implicaría una desnaturalización del presente procedimiento, contraria a los términos del GATT de 1994 que no puede en modo alguno ser permitida. Pero además, sentenciaría al desempleo a cientos de familias que ejercen legalmente el comercio legal y legítimo, en aras de un sector monopolista que lejos de generar empleo en producción, ha quedado demostrado que sólo busca su beneficio exorbitante. En consecuencia, corresponde disponer el inmediato cierre de la investigación (fs. 6158 vta.).

#### V. 1. 2. Efecto de las importaciones objeto de dumping en los precios de productos similares en el mercado interno.

En la instancia previa a la apertura de la presente investigación la CADIOA se refirió a que “los precios de los anteojos importados más la nacionalización de los mismos, se encuentra muy por debajo de los costos de producción nacional, generando una nula posibilidad de competir con dichos productos que ingresan a precios de dumping. Esto también ha generado que en los últimos tres años, se dupliquen los stocks por parte de los productores nacionales los cuales deberán ser liquidados a precios ruines provocando mayores perjuicios a los ya nombrados” (fs. 452/3).

En oportunidad de responder al cuestionario, el sector productor indicó que:

- El producto estándar importado de China que supuestamente vale U\$S 1 genera un efecto devastador o destructivo a la producción que registra un precio aproximado de U\$S 10 (ALBACETE a fs. 1419).
- Las importaciones han absorbido todo el mercado interno, lo que exige muchos esfuerzos para poder comercializar el producto (ANTEOFER a fs. 2057).

En los productos estándar las importaciones absorbieron casi todo el mercado haciendo inviable la producción ya que es imposible seguir compitiendo. Los precios de los productos importados de China que se ofrecen en el mercado están muy por

<sup>7</sup> Al respecto, se señala que dicho planteo queda fuera de la órbita de competencia de esta CNCE.





debajo de los costos de producción de éstos<sup>8</sup>. En el resto de los productos solo se puede acceder a pequeños nichos de mercado de muy baja rotación haciendo que los precios de venta del producto nacional a los comercios se reduzcan a la mínima expresión (LGI a fs. 1561).

- La producción nacional, a pesar de tener la capacidad productiva y el know how del negocio, tuvo que discontinuar la producción de artículos de bajas especificaciones, ya que es imposible competir con las importaciones objeto de dumping en cuanto a precios. Los productos se importan al país a precios muy bajos, en muchos casos ni siquiera alcanzan el valor de la materia prima para producir un antejo. Esto provocó que la industria local concentrara su producción en modelos de altas especificaciones y rango de precio alto, teniendo una cuota de mercado muy chica donde competir (RAINERI a fs. 3652 y ANTEOJOS NIVEL UNO a fs. 2297).
- Los anteojos de sol y armazones importados son de tipo standard, pero los precios están muy por debajo de lo que se puede fabricar (MAS DE LO QUE VES a fs. 1330).

A continuación se consignan los dichos de las firmas importadoras, en oportunidad de sus respuestas a los cuestionarios:

Con relación al efecto de las importaciones, WARZAWSKI indicó que "...no hay producción nacional en el segmento de baja calidad, en cuanto a las calidades intermedias y altas se venden a las ópticas a los mismos precios que los productos nacionales" (fs. 4447).

Por su parte GLASSORAMA señaló que las importaciones de anteojos "... siempre que operen dentro de los términos legales y no sean de contrabando, no tienen efectos de consideración en los productos nacionales, ya que estamos refiriéndonos a segmentos populares de mercado, muy diferentes a los que la industria

<sup>8</sup> Al respecto, en el Anexo I del informe, se presentan gráficos con la evolución de los costos nacionales de producción y de los precios nacionalizados de los artículos representativos importados originarios de China.



nacional fabrica o ensambla con piezas importadas. El tipo de mercaderías que ellos ofrecen poseen marcas, tienen estrategias de marketing, materiales caros, canales de venta muy especializados y con márgenes muy superiores. Llegado el caso podemos referirnos a un nivel de producto que ante potenciales excesos en los precios de los productos nacionales, el público de bajos o moderados recursos que pierde el alcance a ellos y no tiene acceso a los caros y exclusivos, puede acceder sin privarse de protegerse la vista contra las radiaciones ultravioletas, aunque se trate de artículos poco comparables. La importación de otros segmentos mas similares a los de fabricación nacional, en cambio, puede operar como limitante en el nivel de precios locales, pero no en el segmento bajo/medio" (fs. .4369).

HORZY y SOVANO indicaron que las mercaderías adquiridas por sus empresa no producen efecto alguno sobre la industria nacional, atento a que apuntan a mercados diferentes y son de calidades diferentes, agregando HORZY que sus anteojos son "sin marca" (fs. 2858 y 4509).

#### V. 1. 3. Repercusión de las importaciones objeto de dumping sobre los productores nacionales del producto similar (daño y causalidad).

En cuanto a la Utilización de la Capacidad Instalada de la industria nacional, en la instancia previa a la apertura de la presente investigación la CADIOA indicó que la misma decayó dada la disminución constante de la producción año a año. Entre 2005 y 2009 la misma cayó en un 30%, sin tener en cuenta que en el año 2005, el nivel de la capacidad instalada era considerablemente bajo (fs. 18):

- 2005: 50%
- 2006: 55%
- 2007: 50%
- 2008: 40%
- Enero-Septiembre de 2009: 35%<sup>9</sup>

Respecto del Empleo, el número de trabajadores ocupados en las empresas socias de la CADIOA en la producción de anteojos de sol y armazones para anteojos mostró una clara tendencia decreciente. Así, de una dotación aproximada de personal de 280 personas en 2005 se pasó a un total de 230 trabajadores en 2009, lo que significó un descenso del 17,8% (fs. 19).

<sup>9</sup> Según el Cuadro N° 5 del Anexo I del presente informe, la utilización de la capacidad de producción nacional disminuyó en 2 puntos porcentuales en 2009, llegando en 2010 a los mismos niveles que en 2008.



En una presentación posterior, la CADIOA indicó que “las importaciones han aumentado de manera considerable en los últimos años, entre 2007 y 2009 las importaciones en valor FOB de China, Taiwán y Hong Kong de anteojos de sol aumentaron un 46,26 % y las de armazones para anteojos de receta<sup>10</sup> un 33,56 %<sup>11</sup>. Las importaciones en unidades se encuentran aumentando de manera ascendente mientras que la producción nacional cae a pasos agigantados ocupando actualmente tan solo el 2,81 % del mercado total de anteojos<sup>12</sup> esto se debe a que estos países nos inundan con productos a bajo precio” (fs. 452/3).

Posteriormente, la CADIOA señaló que “A lo largo de estos últimos años fueron cerrando un gran número de empresas productoras de anteojos, quedando en la actualidad unas 10 empresas, las que se encuentran utilizando tan solo el 35% de su capacidad instalada”. Respecto de las empresas restantes, un gran porcentaje ha cerrado y el resto se han transformando en importadoras, buscando la subsistencia a toda costa, dejando un gran número de trabajadores fuera del sistema (fs. 452/3).

Por otra parte, respecto del aumento de las importaciones, la CADIOA señaló que “el cierre de numerosas líneas de producción, la transformación de fabricantes a importadores, y la imposibilidad de competir con los precios de importación ha generado que la mano de obra empleada, caiga de una manera más que considerable, bajando la misma en los últimos años a una mínima expresión” (fs. 452/3).

Continuando con lo expuesto anteriormente, la Cámara agregó que “...las empresas que tienen sus puertas cerradas con toda la maquinaria instalada para poder producir aun tienen tecnología actual que les permitiría retomar las tareas en forma inmediata si se le da la posibilidad de competir con precios normales de la misma mercadería proveniente de China, Taiwán o Hong Kong. Vale la pena destacar que empresas como Anteofer S.A., (una de las mas antiguas del sector) y otras en similitud de condiciones han disminuido su producción quedando en situaciones muy críticas, y otras como Francioni S.A. se encuentran en concurso de acreedores con serias dificultades de continuar en las actuales condiciones de mercado” (fs. 452/3).

<sup>10</sup> Se refiere a armazones para anteojos.

<sup>11</sup> De acuerdo a la información de fuente DGA, el aumento del valor de importaciones de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas –considerados de forma conjunta- fue del 50% en el período enero-marzo 2011, con respecto al mismo período del año anterior. (Cuadro N° 11.a.1).

<sup>12</sup> De acuerdo al Cuadro N° 14.a del Anexo I, la participación máxima en el consumo aparente de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas, de la industria nacional fue del 4% (2008 y enero-marzo 2011).

*ant*  
*6*



Con respecto a las variables que contribuyeron en la configuración del daño, el sector productor en sus respuestas a los cuestionarios indicó que:

- El bajo nivel de flujo de caja, la escasa posibilidad de venta en el mercado interno y la triangulación de mercadería china vía Hong Kong a Taiwán contribuyeron a la configuración del daño. Asimismo, agregó que la empresa exporta el 90 % de su producción a Brasil porque allá hay protección en contra de China con un antidumping<sup>13</sup> pero aquí no pueden prácticamente comercializar sus productos por los precios a los que ingresan los anteojos de China (ALBACETE a fs. 1420).
- Han sido muy perjudicados y que el mercado está saturado de productos que ingresan a valores menores que la suma de las partes, por lo que la competencia es desleal. Adicionalmente, señalaron que la producción ha descendido así como también la cantidad de personal afectado y que desean producir generando fuentes de trabajo argentino genuino, pagando salarios dignos. Por último, informaron que China es el país que más produce y que sus productos se entregan en forma directa o triangulando a través de Taiwán o Hong Kong. (ANTEOFER a fs. 2057).
- Actualmente solo pueden acceder a pequeños nichos de mercado muy específicos, es decir, solo ofrecen productos que los importadores por estacionalidad o falta de stock o volumen no poseen en ese momento, o no quieren importar, pero en todo el resto del universo de anteojos es imposible competir. Adicionalmente, argumentan que las partes compradas en CHINA para fabricar un antejo son mas caras que el antejo que se importa. Por otro lado, se menciona que el potencial de ventas general es de mas de 12 millones de unidades y que el consumo está en franco crecimiento, pero que no participan del mismo, y están en franco retroceso ya que sus ventas en unidades se encuentran estancadas y con tendencia a la baja. Por último, mencionan que los precios a los que venden sus productos, el alza de costos de mano de obra, y la

<sup>13</sup> A través de la Resolución CAMEX N° 44 del 4/10/07, se resolvió la aplicación de un derecho antidumping definitivo por cinco años a los armazones con o sin lentes correctoras, bajo la forma de un derecho específico de 270 U\$S/kg, limitado a los armazones que ingresaran a un precio CIF inferior o igual a 10 U\$S por unidad. Posteriormente, con fecha 11/12/07 la Resolución CAMEX estableció que la medida anterior no podía ser superior a los 4,87 U\$S por unidad. (Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br>, consultada con fecha 2/07/10).



falta de escala hace que la inversión sea casi nula y, en consecuencia que el futuro sea totalmente incierto y que la capacidad de reunir capital sea nula ( LGI a fs. 1561).

- El daño producido a Ranieri Argentina SA, es la disminución real y potencial de ventas, el volumen de producción, la productividad, el rendimiento de las inversiones, las existencias, capacidad ociosa de empleo, etc. (RAINERI a fs. 3652).
- Afecta directamente sobre el volumen de venta y por ende a todos los sectores de la empresa y que por otro lado la triangulación que China efectúa con otros mercados como: Taiwán o Hong Kong también afecta al mercado limitando sustancialmente la capacidad de venta (MAS DE LO QUE VES a fs. 1331).
- En el período bajo análisis se registra una permanente disminución de ventas, con los consiguientes efectos de reducción del volumen de producción y de los beneficios económicos, hasta situarse en zona de fuertes quebrantos acumulados, muy cercano a un estado de cesación de pagos (FRANCIONI a fs. 2139).

Según la firma importadora WARSZAWSKI, la repercusión de las importaciones responde a la variedad de modelos de anteojos "... pues hay una variedad mucho más grande en los modelos importados y son más modernos" (fs. 4467).

GLASSORAMA rememoró la investigación llevada a cabo en 2004/2005, indicando que el resultado de la misma fue negativo<sup>14</sup> y que "no ha habido cambios sustanciales en volúmenes desde esa época en nuestro segmento a los que puedan atribuirse daños u otros efectos sobre la industria local. Respecto a armazones, señaló que es un pequeño importador, por lo que no puede dar demasiadas pautas en este segmento ya que es secundario, para la empresa y solo opera como un servicio a clientes ópticos o distribuidores mayoristas de estos (fs. 4369).

HORZY se refirió a los productores nacionales como "pseudo fabricantes ... meros armadores de piezas importadas", indicando que vendieron más unidades y

<sup>14</sup> A este respecto ver el apartado III.2 del la Sección III Producto Importado.



además su capacidad instalada se explota al 100%, no teniendo recursos productivos ociosos<sup>15</sup> (fs. 2858).

En oportunidad de efectuar consideraciones finales, las firmas importadoras y exportadoras<sup>16</sup> indicaron que “no se entiende la actitud pretendida por la CADIOA en esta investigación” toda vez que las importadoras no pretenden competir con los productos que fabrican y/o importan los miembros de la CADIOA, sino que “apuntan a comercializar los productos que importan entre los sectores de bajo poder adquisitivo, y no pretenden colocarlos en los sectores del mercado a los que apuntan los miembros de la CADIOA” (fs. 6154). Agregando asimismo que “... es claro que no resulta acreditado un potencial daño a la industria nacional y menos aún una pretendida relación causal del mismo con las importaciones originarias de China, en virtud de que los argumentos alegados por las firmas productoras en la investigación no resultaron probados acabadamente para la determinación de si los productos investigados son o no similares en los términos del acuerdo, es decir, si son o no idénticos, lo cual es fundamental a los efectos de la procedencia de las medidas pretendidas” (fs. 6156 vta.)

En la misma oportunidad las firmas importadoras y exportadoras señalaron que “el ISHE no es determinante en su conclusión respecto al tema de la verificación de la existencia de daño a la industria nacional y de la eventual relación de aquella con las importaciones originarias de la República Popular China. Sin embargo es importante destacar que las afirmaciones de la CADIOA relativas a la existencia de dumping en las importaciones de los productos investigados importados con origen China en el periodo investigado carecen de fundamento legal y fáctico... tales afirmaciones no se basan de la definición de dumping establecida en el Acuerdo Relativo a la Aplicación del art. VI del GATT de 1994 circunscribiéndose a relacionar dicha práctica desleal simplemente con el volumen de importaciones y carecen de sustento probatorio suficiente basándose solamente en el aporte de elementos de prueba cuya idoneidad fue desacreditada” (fs. 6158 vta.).

<sup>15</sup> De acuerdo surge a los datos presentados en el Cuadro N° 5 del Anexo I del presente informe, la capacidad ociosa de las empresas productoras nacionales fue del 92% en 2010 y en el primer trimestre de 2011, mientras que la de las empresas del relevamiento se ubicó en el 89% en los mismos períodos.

<sup>16</sup> Cabe señalar que se refiere a las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A., HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO y a las firmas exportadoras WHENZOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHEN INDUSTRY CO., quienes en adelante serán denominadas genéricamente como “las firmas importadoras y exportadoras”.



Con relación al efecto que el supuesto dumping ocasiona en los precios de los productos locales cuya similitud a los importados se pretende, HORZY indicó que deben desestimarse las menciones de los productores recabadas a fs. 5838 por haber sido controvertidas por la prueba producida en el presente expediente.

Seguidamente las firmas importadoras y exportadoras indicaron que “de las verificaciones llevadas a cabo a LGI y Ranieri, únicas productoras que participan de la investigación, no pudieron verificarse los datos relativos a capacidad de producción y capacidad de producción ociosa de las plantas según fs. 5900 y tampoco consta en la investigación documentación que constate los datos relativos a la producción nacional, capacidad de producción nacional y capacidad ociosa aportados por la CADIOA”<sup>17</sup> y que “No puede tomarse por válida la afirmación efectuada a fs. 1419 por un integrante de CADIOA (ver fs. 5838) acerca de que “El producto Standard importado de China que supuestamente vale U\$S 1 genera un efecto devastador o destructivo a la producción que registra un precio aproximado de U\$S 10”. En primer lugar porque no se encuentra suficientemente probado en autos la estructura de costos de las productoras nacionales que derivarían en el mencionado precio de U\$S 10; en segundo lugar, porque se encuentra acabadamente probado en autos que los productos nacionales son de costo y calidad superiores a los importados de China. Tomando como ejemplo la estructura de costos de LGI (fs. 5725) los costos de insumos (desechando el estuche) y mano de obra ascienden a \$27 (U\$S 5,8) para el 2008 y \$ 54,62 (U\$S 10,03) para 2011, y conforme se ha expresado anteriormente, dicho producto es superior en costo y calidad que el de origen Chino, motivo por el cual no hay lugar a la admisión de la comparación pretendida” (fs. 6159 y vta.).

Las firmas importadoras y exportadoras refirieron a los dichos de la CADIOA a fs. 5674 al intentar la desestimación de las afirmaciones de la CAPDEV relativas al supuesto plan de sustitución de importaciones (“El valor agregado es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.

<sup>17</sup> Al respecto se señala que conforme obra en los Informes GI-GN/VERIF N° 32/12 y 35/12 (fs. 6060/8 y 6075/83), la capacidad de producción de RANIERI y LGI fue recalculada en ambos casos( Ver Anexo Metodológico).



Continuando con su exposición, las firmas importadoras y exportadoras señalaron que: "Desacreditados los valores o costos de las productoras locales y ante la falta de prueba de las capacidades productivas o capacidades ociosas de las firmas que participan en la investigación y de los totales nacionales, el efecto sobre la industria nacional que pretende la Cámara debe ser desestimado" y que "en lo que respecta al nivel de existencias de las importadoras, el mismo no puede ser tomado como indicador de daño toda vez que las manifestaciones de las importadoras referentes a que el nivel de las mismas es el que corresponde con el tiempo estándar que transcurre entre que se efectúa el encargo de la mercadería al productor/exportador en China, su libramiento a plaza, su estampillado, etc".

Las firmas importadoras y exportadoras también indicaron que "...las mismas firmas productoras nacionales resultan a la vez importadoras de anteojos" y que "de hecho son importadoras de anteojos de calidad superior, conforme surge de las estadísticas de importaciones (obtenidas de la firma Tarifar) acompañadas a esta investigación. Nótese que los miembros de CADIOA sólo han presentado información en esta investigación relativa a su actividad como "productores nacionales". Sin embargo, como resultara probado por esta parte, el hecho de haber importado en los últimos años los productos investigados en las presentes (tal como surge de las estadísticas de importaciones obtenidas de la firma Tarifar) invalida a tales firmas para ser consideradas productores nacionales"<sup>18</sup>.

Las firmas importadoras y exportadoras una vez más reiteraron que "... de las probanzas producidas por las firmas RANIERI ARGENTINA S.A. y L.G.I. S.R.L. no surge que estas realizaran importaciones. Sin embargo, en su propia prueba documental acompañada a esta investigación ambas empresas manifiestan contar con insumos importados" y que "en efecto, la firma RANIERI ARGENTINA S.A. manifiesta no utilizar ningún tipo de insumos nacionales. Ello se condice con la información por ella suministrada en los folletos que agregó al expediente. Más aún cuando dicha firma RANIERI ARGENTINA S.A. resulta ser la mayor importadora de partes y piezas de anteojos y, curiosamente, gran parte de sus importaciones son originarias de la República Popular China. Como surge de las estadísticas que se acompañaron a estas actuaciones (extraídas de la firma Tarifar), la mayor parte de las empresas que

<sup>18</sup> Cabe señalar que la firma RANIERI importa productos semiterminados, encontrándose exceptuado del estampillado de los mismos, conforme Resolución General de AFIP 3105 del 9 de mayo de 2011. Por otra parte las importaciones del producto investigado realizadas por los productores son de poca significatividad.





CADIOA informa como miembros son importadoras de partes de armazones, que luego ensamblan en el país” <sup>19</sup>(fs. 6160 vta. y 6161).

Finalmente las firmas importadoras y exportadoras indicaron que “Conforme lo expuesto, se encuentra acreditada en autos la ausencia de prueba del daño a la industria nacional y la falsedad de la atribución del supuesto daño a las importaciones de origen China, además de ponerse de resalto el manejo tendencioso de la información que expone el sector productor en la presente investigación con la clara intención de monopolizar el mercado de anteojos” y que “en consecuencia, corresponde dictar resolución disponiendo el cierre de la presente investigación sin la imposición de medidas de ningún tipo, lo que nuevamente solicitamos” (fs. 6161 y vta.).

#### V. 1. 4. Nivel de existencias del producto objeto de dumping.

En oportunidad de responder a los cuestionarios, las firmas productoras indicaron que el nivel de existencias del producto importado de China es alto y se ubicaría en un rango equivalente al abastecimiento de entre 1 y 5 años de ventas (fs. 1420, 2058, 1562, 3652, 3558, 2298 y 2139). A excepción de FEDON, quien indicó desconocer esta información (fs. 1298).

Por su parte las firmas importadoras acompañaron la siguiente información:

- “El nivel de existencias debe alcanzar niveles de abastecimiento ya que entre que se coloca el pedido a China pasa tiempo de fabricación (entre 2 y 3 meses), transporte (30 a 35 días), el despacho a plaza de la mercadería
- (aproximadamente 10 días), el estampillado (otros 10 días), el stock debiera cubrir todo este tiempo pero no siempre es regular ya que pueden quedar muchos modelos que no se venden y faltar los que se venden”( WARSZAWSKI a fs. 4467).

<sup>19</sup> Al respecto, cabe señalar que el producto investigado, conforme lo dispuesto por Resolución Nº ex SlyC Nº 75/11 es “Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas”.



- “En cuanto al nivel de stock de las importaciones de los productos que adquiere nuestra empresa, consideramos que el nivel de stock del producto investigado tiende a crecer ya que la venta no estuvo a la altura de las expectativas, debido a que parte del público se ha desplazado hacia la compra de producto de contrabando, y por ende el ajuste a realizar, será reducir el volumen de compras para adecuarnos a esta situación hasta que se normalice el mercado. Nuestro proveedor local de producto importado, debido a su nivel de stock de temporadas anteriores, no está continuando con la compra al exterior de nuevos embarques, debido a la situación mencionada” (GLASSORAMA a fs. 4370).
- “Las existencias son las habituales para el momento del año” (HORZY a fs. 2859).

Finalmente las firmas SOVANO, ARITAM y BRUCK´S indicaron desconocer el tema (fs. 4509, 4196 y 3132).

#### V.1.5: Otros factores de daño, distintos de las importaciones objeto de investigación.

En primer lugar se mencionó que “en este último tiempo, la crisis europea y de Estados Unidos, hace que China tenga la necesidad de colocar sus excedentes de mercadería en el resto de los países a precios verdaderamente irrisorios provocando grandes desajustes en la región” (fs. 452/3).

La Cámara manifestó que “valdría la pena advertir que Brasil ha tomado la decisión de poner medidas antidumping sobre China que ha generado que no puedan ingresar a ese país anteojos por debajo de 10 dólares<sup>20</sup>, esto hace que la industria brasileña esté creciendo con fuerza y tomando escala a nivel regional dejándonos relegados si no nos sumamos en forma regional al tren de la producción nacional de anteojos perderemos en poco tiempo todo el conocimiento adquirido por años” (fs. 452/3).

<sup>20</sup> A través de la Resolución CAMEX N° 44 del 4/10/07, se resolvió la aplicación de un derecho antidumping definitivo por cinco años a los armazones con o sin lentes correctoras, bajo la forma de un derecho específico de 270 U\$S/kg, limitado a los armazones que ingresaran a un precio CIF inferior o igual a 10 U\$S por unidad. Posteriormente, con fecha 11/12/07 la Resolución CAMEX estableció que la medida anterior no podía ser superior a los 4,87 U\$S por unidad. (Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br>, consultada con fecha 2/07/10).



Adicionalmente la CADIOA informó que "la producción de anteojos requiere de un volumen mínimo para su desarrollo, y nuestro mercado es suficientemente grande no solo para darle la economía de escala<sup>21</sup> necesaria sino también para en un tiempo no muy lejano tomar no solo los mercados de la región sino asistir al gran mercado mundial con diseño y calidad con la que nos hemos destacado y por la cual hemos podido subsistir en pequeños nichos de mercado" y que "si se lograra reactivar el mercado nacional de anteojos, los productores nacionales estarían posibilitados de producir 8.000.000 (ocho millones) de anteojos por año con la maquinaria actual y con no muy grandes inversiones podríamos aun aumentarla considerablemente en el corto plazo" (fs. 452/3, y reiterado a fs. 6139/40).

En oportunidad de responder a los cuestionarios, el sector productor coincidió en cuanto a que sus empresas han sido dañadas por las importaciones investigadas y durante el período objeto de investigación, no existiendo otros factores que les hayan provocado el daño (ALBACETE a fs. 1420, ANTEOFER a fs. 2058, LGI a fs. 1562, RANIERI a fs. 3652, MAS DE LO QUE VES a fs. 3558 y FRANCONI a fs. 2139).

Las firmas importadoras se refirieron reiteradamente y con opiniones coincidentes al "contrabando". A continuación se consignan cada uno de los ingredientes incorporados por las partes a este respecto, a saber:

- "el mayor problema que enfrentamos es el contrabando, tanto nosotros como la Industria Nacional, pues en los últimos años ha proliferado en forma alarmante.... estos productos de contrabando se comercializan impunemente en locales muy cercanos a los nuestros, con marcas internacionales (Rayban) en el caso de los anteojos de sol. En estos momentos el 70% de la venta de Anteojos de Sol y el 90% de la venta de las Gafas Pregraduadas, es absorbida por la venta ilegal, con un costo 3 veces menor al nuestro" (SOVANO a fs. 4501/02).
- "el contrabando parece aflorar en cada esquina y en diversos locales poli rubros de nuestro barrio de Balvanera. Así como se nos ve reducida la importación, sabemos que se va incrementando un mercado de falsificaciones y anteojos de contrabando. Si hubo un crecimiento a nivel país como el que se informa,

<sup>21</sup> De acuerdo a los datos presentados en el Cuadro Nº 14.a del Anexo I, el consumo aparente del año 2010 de anteojos de sol, amazones y gafas pregraduadas alcanzó a poco menos de 8 millones de unidades.



evidentemente nuestro crecimiento de ventas de solo un 7% de 2010 respecto a 2008 y nuestra caída de ventas de un 23% en 2009 respecto a 2008, refleja que la empresa ha perdido participación en el mercado” (GLASSORAMA a fs. 4369).

- “cada año se importa menos y se vende menos mercadería ingresada legalmente al país porque es imposible competir con los precios de la mercadería ilegal”. Los anteojos de sol ingresan con marcas fraudulentas y sin UV400, ocasionando graves perjuicios a la vista del consumidor que es el de menores recursos. Las Gafas Pregraduadas tienen un riesgo mayor, por ser consideradas por la A.N.M.A.T como un producto médico clase<sup>122</sup>, las de contrabando son de la peor calidad, fabricadas y vendidas sin ningún contralor” (SOVANO a fs. 4509).
- “... es imprescindible destacar la cantidad de productos de contrabando que está existiendo en el mercado.” Agregando que, como consecuencia, tanto la Capital Federal como el conurbano y gran parte del país, está inundado de manteros que por las principales arterias del país o en las llamadas “La Salada o Saladitas” aparecen con anteojos para sol sin protección o con anteojos pregraduados con erróneas graduaciones y de pésima calidad.. Esta situación no solo está perjudicando al público general que necesita de estos productos provocando daños en la salud visual de las personas, sino que también está desvirtuando, por un lado, la percepción de precios de un producto que cumple con todos los controles, normativas, leyes, impuestos, estándares de calidad de fabricación FDA o CE, por otro que carece de controles y, por otro lado, haciendo creer que un producto que cumple con todos los requerimientos para ser vendido en Argentina, es lo mismo que aquel que ingresa al país sin control alguno” (LOVELI a fs. 2641).
- Se observa en el mercado la aparición de una enormidad de anteojos de contrabando, algunos de ellos incluso con marcas falsas, como ser RAYBAN, REEF, MORMAY y otros, los cuales en algunos casos hasta carecen de protección ultravioleta. Precisando que éstos últimos, se pueden encontrar en muchos locales polirrubro a precios extremadamente bajos, y que se comercializan sin facturas y sin estampilla fiscal de importación. También se señala que lo antedicho se aplica a los anteojos pregraduados sin marca. Respecto de la cadena de comercialización, se indica que se realiza a través de una gran cantidad de vendedores ambulantes que ofertan la mercadería en los más variados puntos de la ciudad sin estampillas ni facturas. Todo eso está afectando mucho tanto la actividad de los importadores como probablemente la actividad de las ópticas

<sup>22</sup> A este respecto remitirse a lo consignado en el acápite VIII de la Sección IV- Producto Similar Nacional.



locales y de los industriales locales que fabriquen artículos de nivel similar al que se importa de contrabando" (GLASSORAMA a fs. 4370).

- El contrabando es el motivo mas contundente y perjudicial para el importador, productor y estado" (HORZY a fs. 2859).

Debido a la prohibición de la importación de las Gafas Pregraduadas a partir de Abril del 2005 habría comenzado el contrabando de esta mercadería. Antes de esa fecha no se comercializaban ilegalmente. Como fue muy fácil ingresar las Gafas Pregraduadas ilegalmente, también fueron agregados los Anteojos de Sol. Cada año fueron incrementando su lugar en el mercado, sumando marcas fraudulentas y modelos aparentemente similares a los importados legalmente. Esto es lo que produce un gran deterioro en las ventas legales de origen Importado y/o Nacional. El público que consume los productos Importados por nosotros es el que no puede acceder a los de mayor costo, por lo tanto si se imponen medidas a esta mercadería, se perjudicará a la clase de menos recursos. Este público solo podrá acceder a los productos de contrabando pues no cuenta con los recursos necesarios para adquirir la mercadería de origen Nacional." (SOVANO a fs. 4509/10).

- "de existir daño a la industria nacional el contrabando es el verdadero culpable y no la importación de productos sustancialmente diferentes", el que también está dañando a la actividad de los importadores (ARITAM a fs. 4196).
- "el contrabando es el verdadero culpable del daño a producción nacional, así como también al sector importador, que no compite con la industria nacional por trabajar distintos segmentos del mercado" (BRUCK'S a fs. 3131/2).

Con posterioridad al ITDP, las firmas importadoras se refirieron nuevamente al contrabando, acompañando un trabajo de la CIRA al respecto, del que se desprende la preocupación del sector indicando "el crecimiento exponencial de la presencia en el mercado de anteojos de sol, pregraduados y armazones para receta ingresados al país en forma irregular (de contrabando), el cual perjudica gravemente la actividad comercial lícita de nuestros asociados y defrauda al Erario Público". Seguidamente indicaron que "el volumen de contrabando de anteojos de sol `truchos` y pregraduados `truchos` alcanza a no menos de 7.000.000 de unidades anuales, es decir el equivalente a unos 50 contenedores de 20 pies al año. Se ha pasado a abastecer más del 40% del mercado de anteojos por contrabando (se estima que el volumen total del mercado argentino -formal e informal- es de 17.000.000 de unidades al año)" (fs. 5014/5).



En este contexto señalaron que “los perpetradores del delito de contrabando (mayoristas iniciales) venden esa mercadería a distribuidores de menor escala a un precio de entre 5 y 9 pesos la pieza... adicionalmente al delito de contrabando y a la falta de pago de los tributos que gravan la importación para consumo de esta mercadería, se estaría cometiendo el delito de evasión. Estimamos que respecto del IVA el monto evadido anual sería de otros \$10.000.000, a lo cual debería sumarse lo que deberían pagar por el Impuesto a las Ganancias y demás contribuciones locales” y que “no debe olvidarse que esta mercadería se encuentra sujeta a valores criterio... que rondan los 13 pesos la pieza” (fs. 5015).

También indicaron que “... se están cometiendo simultáneamente tres graves delitos (contrabando, evasión y fraude marcario) en múltiples sitios de distribución. Hemos comprobado estas maniobras ilegales en al menos 13 direcciones, haciendo – a modo de muestreo ejemplificativo- un rápido rastrillaje en julio 2011 (baja temporada), en un radio de tan solo 3 cuadras por 3 cuadras, en el barrio de Balvanera”. Acompañaron fotos ilustrativas de estos comercios, puestos y mantas con las respectivas direcciones, los que obran a fs. 5018/28.

Finalmente, indicaron que “la importación formal de anteojos” está sufriendo medidas como los valores criterio que “se ubican cada vez más por encima de los precios internacionales de esta mercadería”, mientras que “el ingreso ilegal de mercadería en apariencia no tiene ningún tipo de control...<sup>23</sup>”, mercadería que está produciendo “un grave daño generalizado al sector importador, a la industria nacional, al Fisco y a la salud de los consumidores, por los que solicitamos que tenga a bien arbitrar las medidas que estén a su alcance para poner fin a la proliferación de estas actividades tan dañinas” (fs. 5016/7). Dichos similares fueron reiterados con posterioridad a fs. 5500.

La CAPDEV en una presentación posterior al ITDP también se refirió a los actuales valores criterio, subfacturación y contrabando, coincidiendo con los dichos de las otras firmas importadoras (fs. 5473 vta.).

<sup>23</sup> A este respecto mencionaron una causa del Juzgado Nacional en lo Penal Económico N° 5, Secretaría N° 10, sito en Av. de los Inmigrantes 1950 2° piso, tramitando bajo Expte. 11.414 e ingresada el 30 de noviembre de 2012, originada mediante el Expte. AFIP N° 2877/09, sin avances significativos según dichos de los importadores.



Las firmas importadoras y exportadoras en sus consideraciones finales retomaron el tema del contrabando, indicando que:

- “En lo que respecta a las manifestaciones de los miembros de CADIOA relativas a la inexistencia de cualquier otros factores, a parte de las importaciones origen China que le hayan causado daño (fs. 5845), no puede sino afirmarse como tendenciosa, en especial cuando se las contrapone con la información relativa a la crisis económica mundial que afirman que afecta a China pero a la que se niegan a atribuir siquiera mínimamente la supuesta crisis del sector”. “Tampoco han efectuado ninguna manifestación acerca del contrabando de anteojos de sol y armazones de las marcas que son competidores directos de CADIOA, sobre el cual nuestras defendidas han expuesto largamente, como se ha tenido por acreditado a fs. 5837 y 5846, entre otras”.
- “Lo mismo puede afirmarse cuando se contrapone la citada afirmación con los datos de las medidas proteccionistas adoptadas por Brasil, principal destino de las exportaciones argentinas y la información de fs. 5949/ 5951 que dan cuenta que Ranieri -una de las dos firmas productoras que intervienen en la investigación- efectuó en 2010 el 95% de las exportaciones nacionales de armazones (fs. 5951), el 60% de las exportaciones de anteojos de sol (fs. 5950) y el 26% de las exportaciones de anteojos de sol y armazones (fs. 5949)”.
- “Sorprende más aún la atribución del supuesto daño a la importación legal origen China cuando es de público y notorio conocimiento y ha sido señalado y probado por nuestras mandantes en la presente investigación la importancia del contrabando y el crecimiento exponencial del mismo que viene dándose en el período investigado”.
- “Con lo expuesto, pareciera que se pretende responsabilizar a un sector importador, que no es competidor de las empresas productoras por importar productos sustancialmente distintos, por un supuesto fracaso comercial de los miembros de CADIOA, sin tener en cuenta otros factores como la crisis internacional de los años 2008 y 2009 (que en modo alguno puede achacarse al sector importador de anteojos y armazones de línea económica), o la creciente entrada al país de mercadería falsificada, de las mismas marcas que comercializan los productores nacionales o de marcas competidoras con éstas” (fs. 6159 vta. y 6160)”.



Asimismo, las firmas importadoras y exportadoras manifestaron que “lo expuesto no sólo pone de resalto la falta de prueba del daño a la industria nacional y la falsedad de la atribución del supuesto daño a las importaciones de origen China, sino que pone de resalto el manejo tendencioso de la información que expone el sector productor en la presente investigación con la clara intención de monopolizar el mercado de anteojos (intención que también se trasluce en las propuestas de la CAPDEV relativas a la asociación de las productoras en una UTE a efectos de `sustituir importaciones` o más bien desplazar a la competencia para ampliar la industria de la importación de partes y ensamblado de anteojos o de la “producción no fabril” conforme lo denuncia CADIOA a fs. 5675”.

## V. 2. Amenaza de daño.

### V.2.1. Evolución de las importaciones objeto de dumping.

En oportunidad de responder a los cuestionarios, el sector productor coincidió en cuanto a que la evolución de las importaciones es ascendente y seguirán creciendo en forma exponencial (fs. 1420, 2057, 1562, 3652, 1331, 2297 y 2139).

Por su parte LGI, MAS DE LO QUE VES y ANTEOJOS NIVEL UNO indicaron que las importaciones muestran una evolución ascendente y están “destruyendo el mercado interno” (fs. 1331 y 2297). También indicó LGI que luego de la crisis financiera mundial del año 2008/2009, las importaciones se vieron frenadas en 2010 pero ahora están nuevamente organizándose para seguir creciendo fuertemente y destruir lo que queda de la industria (fs. 1562).

Por su parte las firmas importadoras en sus respuestas a los cuestionarios indicaron lo siguiente:

- “No hay existencia de amenaza de daño causada por las importaciones objeto de dumping, pues en cuanto a la calidad baja no existe producción nacional y por ejemplo PAMI está abastecida en un 100% con anteojos importados, no estando la industria nacional en condiciones de abastecerla, ni en precio ni en cantidad. En cuanto a los anteojos de calidad, tampoco hay daño pues llegan a las ópticas a los mismos precios y muchas veces superiores a los nacionales” (WARSZAWSKI a fs. 4467).

*Handwritten signature/initials in blue ink.*





- “En cuanto al futuro de las importaciones estimamos que va a mantenerse en los parámetros de los últimos años” (LOVELI a fs. 2641).
- “nuestra visión es que la proyección es de menor volumen de importaciones legales, pero nos preocupa que crece y continuará el crecimiento descontrolado del contrabando, lo que daña a nuestro país en todos los órdenes (no aporta impuestos, ni tienen personal legalmente registrado, ni se controla la calidad de las lentes, ni se facturan, etc etc)” (GLASSORAMA a fs. 4369).
- en lo que respecta a las importaciones que realiza ARITAM, se señala que las mismas están disminuyendo por las innumerables dificultades que provocan el contrabando y las trabas a las importaciones” (ARITAM a fs. 4196).
- “El volumen de importaciones va decreciendo año tras año a causa de diversos factores. Principalmente la presencia de mercadería de contrabando que afecta
- nuestras ventas, con lo cual se incrementan nuestras existencias y el remanente de mercadería” (BRUCK´S a fs. 3131).
- “Los cálculos extraoficiales (y no por eso menos serios) indican 30% venta legal y 70% contrabando para los Anteojos de Sol. En el caso de Gafas Pregraduadas 10% venta legal 90% contrabando. Esto es muy fácil de comprobar en los dos casos por carecer de las estampillas de importación y en el caso de las Gafas Pregraduadas el permiso otorgado por la A.N.M.A.T.” (SOVANO a fs. 4509).

#### V.2.2. Capacidad libremente disponible del productor/exportador en el mercado de origen, o cambios previstos en la misma

En oportunidad de responder a los cuestionarios, el sector productor coincidió en cuanto a que “Argentina no tiene relevancia como exportador a China” (fs. 1420, 2057, 1562, 1331 y 2139).

Por su parte LGI indicó que “el mayor productor mundial de anteojos y armazones es CHINA... y comercializa en forma directa o triangulada con HONG KONG o TAIWAN, y la Argentina es un pequeñísimo país que no tiene ninguna incidencia en la producción CHINA, esto hace peligrar el mercado al estar a merced de liquidaciones, promociones, vaivenes internacionales, etc”<sup>24</sup> (fs. 1562). Una postura parecida sostuvo FEDON a fs. 1298.

<sup>24</sup> Las mayúsculas de este párrafo pertenecen a la empresa.



Por su parte las firmas importadoras, respecto de la capacidad libremente disponible del exportador en su mercado de origen, en sus respuestas a los cuestionarios indicaron lo siguiente:

- “Desconozco la capacidad disponible que pueda tener el productor/exportador, los pedidos que nosotros realizamos generalmente tienen una demora de entrega de entre 2 y 3 meses” (WARSZAWSKI a fs. 4467).
- “la capacidad de producción que hay en China está limitada especialmente por falta de mano de obra, lo cual se ve reflejado en los crecientes tiempos de producción que tienen los proveedores en los sucesivos embarques que hemos ido recibiendo” (GLASSORAMA a fs. 4370).

Por su parte, LOVELI, ARITAM BRUCK'S y SOVANO indicaron desconocer el tema (fs. 2641, 4196, 3131 y 4509).

#### V.2.3. Efecto de los precios de las importaciones objeto de dumping sobre los precios internos.

En oportunidad de responder a los cuestionarios, el sector productor respecto de los precios de las importaciones indicó que éstas producen:

- Mas ganancias a las ópticas (ALBACETE a fs. 1420).
- Grandes distorsiones, haciendo inviable la producción nacional (ANTEOFER a fs. 2058).
- La caída de precios de nuestros productos muy por debajo del punto de equilibrio sustentable y no se ve reflejado en el usuario debido a que el comercio óptico compra mas barato pero no vende mas barato, generan mayor rentabilidad a costo del usuario y el fabricante (MAS DE LO QUE VES a fs. 3558).

Por su parte LGI indicó que “los valores de los productos importados de CHINA son extremadamente bajos, pero a pesar de esto, los precios internos no se ven disminuidos en esa medida, sucede que se han generado grandes distorsiones. Los importadores tienen grandes márgenes que pueden volcar a su operatoria comercial haciendo crecer su negocio” (fs. 1562).



En igual sentido RANIERI indicó que “es cada vez más difícil competir, a la inflación interna y aumento de costos versus el tipo de cambio estancado hace que las importaciones tengan beneficios en detrimento del producto nacional” (fs. 3652).

FEDON señaló que “si bien al país ingresan anteojos a un precio que está muy por debajo de su costo, este no se ve reflejado en el mercado interno”, agregando que los importadores obtienen “márgenes siderales, volcando parte de éstos a su estrategia comercial y haciendo la competencia cada vez más desigual” (fs. 1298). Una postura muy similar mostró ANTEOJOS NIVEL UNO a fs. 2298.

Finalmente FRANCONI indicó que “los niveles de los precios internos podrían seguir relativamente estables” (fs. 2139).

Por su parte las firmas importadoras, refirieron al efecto de los precios de las importaciones sobre los precios internos, indicando que:

- “El efecto es beneficioso por cuanto impide la formación de monopolio nacional y crea condiciones de sana competencia” (WARSZAWSKI a fs. 4467).
- “El efecto de las importaciones que realizamos es que mejoran la calidad de la oferta, permitiendo a ciertos sectores acceder a productos de calidad a mucho menor precio que los de la industria nacional” (ARITAM a fs. 4196).
- “Genera aumento en los precios al consumidor” (HORZY a fs. 2859).
- Respecto de las mercaderías que importo, no existe ningún efecto sobre los precios internos porque es mercadería totalmente distinta a la ensamblada por la industria nacional” (SOVANO a fs. 4509).

La firma importadora BRUCK´S indicó desconocer el tema (fs. 3131):

#### V.2.4. Nivel de existencias del producto objeto de dumping.

No se dispone de información a este respecto.



V.2.5: Otros factores de amenaza de daño, distintos de las importaciones objeto de investigación.

A este respecto GLASSORAMA indicó que "Nuestro mercado tiene cuatro importantes participantes: a) Fabricantes locales, b) Importadores de marcas (nivel medio/alto), c) Importadores sin marca (nivel bajo/medio) y d) Contrabandistas. Debido a que los contrabandistas están creciendo, empujan sistemáticamente los márgenes hacia abajo, provocando reducciones de volúmenes de venta en (c) , a pesar de no poder contar con la posibilidad de incrementar los precios de acuerdo a los incrementos de costos que poseemos, debido a sueldos, tipo de cambio, regulaciones de precios de referencia, alquileres, etcétera, obligándonos a comprimimos. Seguramente esto también esté sucediéndole a los otros dos segmentos, ya que el contrabando opera a todos los niveles, y no solamente en el segmento masivo y popular como el nuestro. Nuestros precios se han incrementado año a año, pero nuestros márgenes se van afectando. Si traspolamos esto al resto del mercado, la situación que debe controlarse con urgencia es la del contrabando, motor de esta situación descontrolada" (fs. 4370).

V.3. Consideraciones de la Cámara Argentina de Productos y Desarrollos para la Visión (CAPDEV) y de la CADIOA.

En oportunidad de su presentación del cuestionario la CAPDEV, formuló las siguientes manifestaciones (fs. 2413/9 y reiteradas a fs. 4534/44):

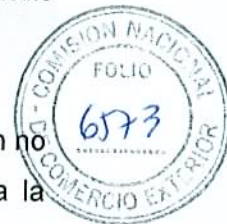


Respecto de la posibilidad de aplicación de “fuertes medidas antidumping a la importación legal de gafas de sol y armazones”, señaló que fijar valores mínimos de importación en niveles de entre 15 y 20 dólares, lejos está de garantizar una protección real de la actividad de ensamblado de anteojos en forma local, provocando en realidad la aplicación de explosivos aumentos en los precios al público, pero sin afectar a las marcas internacionales<sup>25</sup> (productos de alta gama importados por compañías multinacionales) que continuarán creciendo en participación “MARCA INTERNACIONAL + CHINA + BAJO PRECIO”.

También acarrearía la exclusión de una amplia franja de consumidores (usuarios de obras sociales, jubilados y sectores de menores ingresos), que podemos caracterizar como de precio social, que se vería imposibilitada de adquirir un producto básico y esencial para la salud visual”.

Por otra parte “la artificial reducción de la oferta de productos desembocaría en un probable aumento del contrabando en sus distintas variantes, que vendría a satisfacer la demanda de todos los usuarios de los distintos segmentos que van quedando fuera del sistema formal de comercialización por el aumento de precios y la concentración de la oferta en menos manos”.

  
<sup>25</sup> Se trata de mercadería cuya manufactura esencial o total es de origen China y a la que, mediante el cumplimiento de ciertos requisitos formales de terminación o procesos equivalentes, la legislación Italiana les permite mantener la leyenda “made in Italy” o “Italy”, aunque la importación se realiza directamente desde China. Estas marcas se ingresan en Aduana a valores más elevados que los valores criterio mínimos vigentes según AFIP, pero a la vez muy bajos para su valoración por el usuario en el mercado. Por caso, las gafas “Ray Ban” (ejemplo) son para decirlo en lenguaje corriente las que “ponen techo” a los precios de las marcas nacionales comercializadas por CAPDEV o por CADIOA. Obsérvese que, siguiendo estadísticas públicas, puede constatarse que estos anteojos no han dejado de aumentar su participación (medida en dólares USA) en el mercado argentino en los últimos años en razón de una combinación muy efectiva; marca internacional reconocida como tope de la gama, bajo precio real de fabricación, y producción del producto en China. Alé decir que en los canales no tradicionales de comercio cómo son las ventas en Internet, “www.mercadolibre.com.ar”, se ofrecen variados modelos y cantidades de anteojos Internacionales Ray Ban originales a \$450, siendo que los mismos cuestan \$800 en los canales habituales cómo ópticas... entonces, si encarecemos vía antidumping el producto nacional, quién va a pagar \$600 por un par de anteojos nacionales Valeria Mazza (CADIOA), o \$600 por otro de marca nacional Teresa Calandra (CAPDEV).



“Por eso, y con los elementos con que se cuentan en esta etapa de la investigación no es temerario afirmar que una medida del tipo de la descripta sólo castigaría a la producción nacional en sus distintas variantes y dejaría intactos los problemas de competitividad que provienen fundamentalmente de dos factores; el primero, empresario<sup>26</sup>, es la necesidad de un aumento de inversiones que redefina el concepto productivo e incorpore el agregado de valor al producto importado o ensamblado localmente (diseño, marca, publicidad) para que compita con mayor eficacia contra las

<sup>26</sup> A este respecto, y a modo de sugerencia la CAPDEV consignó una traza del mercado óptico “basada en observaciones de nuestros asociados con 40 años de experiencia:

- “Supongamos que en todo el país existen aproximadamente 6.000 establecimientos ópticos (concretamente ópticas) y probablemente haya más aún, dividiéndose a grosso modo en pequeñas, medianas, y grandes. Seguro que en éstas tres categorías básicas existen enormes diferencias de cuantos anteojos pueda vender cada una de ella, ya que hay ópticas y muchas, que venden de manera muy dispar. Pero tomemos un valor “piso” muy conservador de 80 anteojos de receta, más 25 de sol en forma mensual; esta cantidad es la mínima para que una óptica subsista ya que tendría una facturación de aproximadamente \$ 24.650 mensuales. La cuenta, sencilla, surge de que una receta promedio (económica, por cierto) está en \$ 250, y un antejo de sol \$ 186, también económico). Vale aclarar de vuelta que hay muchas ópticas que venden, y lejos, por encima de estas unidades y precios, pero este sería nuestro piso para razonar el tema.  
Tomemos una nueva licencia ahora para imaginar que las 6.000 ópticas venden “en el piso”, es decir, multipliquemos 105 anteojos por mes sobre la base 80 unidades de receta, y 25 de sol; eso da una venta de 630.000 unidades de anteojos por mes. Y si multiplicamos esa cantidad por 12 meses que tiene el año, nos dará 7.560.000 de unidades de anteojos. Así llegaríamos, con un margen de error que no incide en la ilustración del tema que pretendemos, a que, con base en los seis mil establecimientos ópticos en actividad hoy en Argentina, el mercado argentino de consumo anual de anteojos sería de 7.560.000 piezas, menor, seguro, que el real según las estadísticas oficiales y dejando afuera el mercado informal, que algunos estiman del mismo tamaño que el formal.”
- “Si todo esto, por un momento, fuera un poco más que un ejercicio de caracterización del mercado en base al conocimiento que brinda la experiencia productora y comercial de los socios de CAPDEV, pregunto, no debería completarse la investigación con un inventario sobre cuántas industrias nacionales –sea en el clásico sentido clásico fabril o en el más moderno de productores que agregan valor de distintos modos- harían falta en actividad para producir íntegramente 630.000 anteojos mensuales, en las cantidades por modelo, variedad de diseños, colores, materiales, marcas y entrega justo a tiempo que requiere este mercado?”
- “También ese inventario, para hacer clara la cuestión productiva local, no debería incluir el detalle de instalaciones, maquinarias, personal que emplean nuestras plantas fabriles de acuerdo a las formalidades impositivas (F931 AFIP), porcentaje de integración de partes y piezas importadas con su origen y correspondientes constancias de ingreso al país conforme la legislación aduanera, y todo otro ítem que permita crear un perfil de productor nacional de anteojos, competitivo, al año 2011?”  
“Una profundización de la investigación de daño en esta dirección, llevada a adelante entre todos los actores del sector, dejando de lado cuestiones de intereses domésticos que sólo favorecen a las marcas internacionales y a la vez desprotegen a nuestros clientes más vulnerables, con la conducción de la CNCE y la DCD y también con los aportes de AFIP en su competencia específica, podría contribuir a una verdadera expansión de la producción local en todas sus actuales variantes que exceden largamente la antigua fabricación artesanal de gafas y armazones.”



marcas internacionales y, en segundo término, estatal<sup>27</sup>, el desarrollo de una política estatal sostenida y eficaz de lucha contra el contrabando y el fraude de marcas”.

Por otra parte, la CAPDEV indicó que “hay consenso... acerca de que la variable que más influye en los precios es la marca del producto, no su tipo de material y calidad”. Agregando al respecto que:

- La franja de mercado internacional es dominada ampliamente por una multinacional que vende el 90% del volumen en este nicho (Luxottica Argentina SRL; marcas Ray Ban, Oakley, Versace, Chanel, etc).
- Luxottica importa con precios intra compañía desde su casa matriz en Italia o directamente desde sus propias fábricas en China a un promedio de U\$S 40 y vende a un promedio de U\$S 120 neto de iva, a las ópticas que a su vez revenden con un multiplicador del 2 al 2,5.
- La estrategia de las empresas agrupadas en Capdev con el producto importado, como así también de los integrantes de la Cadioa tiene puntos de contacto con las de la principal multinacional (Luxottica): la de importar la manufactura o sus partes esenciales ya manufacturadas desde China, en un rango de entre U\$S 3 a U\$S 15, agregar valor por diseño, marca, desarrollo

<sup>27</sup> Con relación al planteo de recuperar competitividad, la CAPDEV se explicitó indicando que:

- La lucha contra el contrabando requiere la acción del Estado sostenida y eficaz.
- Atento el ejercicio de caracterización indicado en la nota 10, el mercado del contrabando sería equivalente al formal en tamaño. En este sentido, hay que destacar dos acciones llevadas a cabo por la AFIP en los últimos dos meses que van en la dirección correcta para devolver competitividad a las empresas argentinas productoras de anteojos y armazones, ya que desde mediados de marzo, el organismo estatal viene realizando procedimientos exitosos en establecimientos comerciales que tuvieron como consecuencia el decomiso de anteojos en infracción a la ley de marcas y leyes sanitarias (ANMAT). Según información del ente fiscalizador los procedimientos continúan y se extenderán al control de valores de mercadería ya librada a plaza.
- Por otra parte, en el pasado mes de mayo, la AFIP dictó, tras un exhaustivo estudio de valor en base a informaciones propias, otras proporcionadas por el sector óptico y bases de datos de países del MERCOSUR, la Resolución General nº 3111/2011 que estableció valores referenciales mínimos para la importación de anteojos y armazones. A este respecto la CAPDEV solicita el libramiento de oficio a la AFIP, a efectos que aporte a la presente investigación de daño los estudios de valor realizados, las bases de datos empleadas y todo otro elemento que haya sido utilizado para la elaboración y dictado de la RG AFIP 3111/11 por su evidente utilidad a los fines de establecer las causas del eventual daño a la producción nacional que investiga la CNCE.
- La norma citada fija valores sensatos y razonables para la importación, que reflejan la calidad del estudio realizado ya que distingue las diferentes situaciones de productos, materiales y calidades tanto de anteojos como de armazones, ordenando los precios en base a pautas objetivas de ponderación.
- Con este tipo de análisis plasmado en una norma operativa, resultará factible combatir en serio el contrabando que se produce vía subfacturación de importaciones, ya que quien declare por debajo de los valores fijados deberá garantizar en efectivo las diferencias tributarias y sólo acreditando la veracidad de sus valores de factura podrá recuperar la caución prestada al Fisco. A mayor la diferencia entre el precio oficial y el de factura comercial, mayor el riesgo para el importador, que puede perder no sólo la garantía sino también ser sujeto de controles intensivos por parte de la AFIP y hasta ser denunciado ante la Justicia de comprobarse la subfacturación.
- El contrabando afecta gravemente la competitividad de las empresas nacionales y debe ser un mal negocio para quien lo practica, de modo de disuadir a aquellos que lo intenten.



- publicitario y vender a un precio que dependerá de la marca en la que se invirtió previamente (a este respecto la CAPDEV consigna un ejemplo).
- Retomando la comparación entre CADIOA, CAPDEV y Luxottica, la diferencia de las dos primeras con la multinacional es que Luxottica importa desde China e Italia en los mismos precios antedichos (U\$S 3 a 15), agrega el valor marcario y revende a la Argentina en U\$S 40. Los asociados a la CAPDEV proveen mayormente productos de marcas nacionales de diferentes estilos, nivel y prestigio que se venden al público entre \$250 y \$700 (fs. 4246/7).

Con posterioridad al ITDP, la CAPDEV presentó un escrito referido a la composición del mercado mayorista de armazones y anteojos argentino de 2007-2010, indicando que "existen básicamente cuatro tipo de empresas que componen el mercado mayorista formal", a saber: "a) multinacionales, b) ensambladores, c) importadores clásicos y d) desarrolladores de diseños y marcas locales que importan manufacturas terminadas", indicando que "a) y c) no agregan valor, en tanto b) y d) lo hacen en proporciones disímiles", concluyendo en que las empresas asociadas a la CADIOA –desarrolladores- "tienen un gasto importante en salarios... y efectúan una gran inversión en desarrollo de sus marcas propias locales (agencias de publicidad, diseñadores industriales y gráficos, productores de moda, imprentas, fábricas de estuches, etc.) con un alto efecto multiplicador" (fs. 4814 vta., reiterado a fs. 6144 vta. y 6145).

A modo de respuesta la CADIOA efectuó una presentación respondiendo las consideraciones de la CAPDEV respecto de la "supuesta incapacidad de la industria nacional para garantizar el abastecimiento de anteojos a precios sociales", indicando que "resulta imperioso subrayar la inexactitud de estas afirmaciones, ya que la industria nacional se encuentra en perfectas condiciones de garantizar el abastecimiento pleno de la demanda proveniente del segmento que conforman las obras sociales, jubilados y sectores de bajos ingresos, como de cualquier plan social que persiga objetivos como la inclusión y el cuidado de la salud visual de la población de bajos recursos. Hacemos especial mención del sistema de prestaciones del PAMI, que podemos abastecer sobradamente con los recursos actualmente disponibles, en las mismas condiciones de precio y calidad que hoy ofrecen los importadores. Todo esto sujeto a que se corrijan las actuales distorsiones generadas por la competencia desleal de los anteojos provenientes de China, corrección esta que estimularía al aprovechamiento pleno de la enorme capacidad ociosa que hoy existe en la industria óptica" (fs. 5107/9 y reiterados a fs. 6138/9).





Continuó indicando la CADIOA que “la fabricación nacional de anteojos ha sabido abastecer el 100 % del consumo interno, y hasta ha exportado a un gran número de países en todo el mundo, siendo referente para la región. Nuestra industria producía anteojos de muy bajo precio como así también de muy alta gama, como los de la marca internacional Ray-Ban, que se fabricaban en nuestro país hasta que se nos impuso la apertura económica y la desregulación indiscriminada de los mercados. En el marco de las políticas neoliberales nuestra industria quedó sometida a una feroz competencia de los anteojos provenientes de China. Se cerraron cientos de fábricas y se perdieron miles de puestos de trabajo. Desde entonces hemos subsistido aferrados a la convicción de que nuestro sector también debería recibir el mismo tratamiento que el gobierno nacional viene otorgando a otros sectores industriales, a los cuales permite expandirse en el mercado local mediante la política de sustitución de importaciones promovida desde el año 2003 por el Dr. Néstor Kirchner, con el objeto de defender a la industria nacional, fomentar el empleo local y la distribución equitativa de la riqueza. Esa política de apoyo a la industria nacional, que hoy sostiene la Presidenta Cristina Fernández, está dando frutos notables en todos los sectores en los que se viene aplicando. Confiamos en que el sector de la industria óptica, que aún no ha sido tomado en cuenta, será finalmente escuchado e integrado al proceso de reindustrialización promovido desde el gobierno” (fs. 5107/9 y reiterados a fs. 6138/9).

A modo de corolario de su exposición la CADIOA indicó que “...nos encontramos trabajando en el armado de una fábrica escuela, con el objeto de entrenar mano de obra especializada y al mismo tiempo fabricar anteojos económicos, del tipo de los llamados `anteojos sociales`. Esta fábrica escuela será de vital importancia para garantizar la inserción laboral de muchos jóvenes que hoy están desocupados, generando las condiciones para una mayor inclusión social, en línea con los objetivos del gobierno nacional. Para el armado de esta fábrica escuela de la industria óptica nos encontramos en conversaciones avanzadas con representantes de la UOYEP –Unión Obreros y Empleados Plásticos-, que es el sindicato que agrupa a nuestros trabajadores, y del Municipio de San Martín” (fs. 5107/9).



Seguidamente la CAPDEV efectuó una presentación con relación a "un plan de ampliación de producción de nuestras empresas que incluye expresa y activamente la actividad fabril... y constitución de una UTE entre los socios de CAPDEV destinada a sustituir importaciones de distintos procesos propios de nuestra cadena de valor de manera gradual y progresiva mediante la actividad de ensamblado y terminación local de anteojos de sol, amazones, estuches y demás materiales de presentación" (fs. 5471).

La CAPDEV se explicitó respecto de este proyecto indicando que el mismo "permitirá incrementar aún más el valor agregado nacional de nuestros productos que ya es del 80% del precio final de venta mayorista en Argentina<sup>28</sup>, con aumento de la cantidad de empleos locales y mejora de la balanza comercial de los socios de nuestra entidad. Simultáneamente permitirá impulsar el incipiente desarrollo exportador y la competitividad frente a las multinacionales del sector de los miembros de CAPDEV en toda Latinoamérica, proyecto que apoya esta Cámara y que en el que estamos trabajando activamente..." (fs. 5472/3, reiterado a fs. 6145/6). Para mayores detalles de la propuesta de proyecto ver Apartado al final de la presente sección.

La CAPDEV entendió propicio recordar "la concepción productiva de compañías agrupadas en la entidad complementada con un criterio de inversión publicitaria intensiva que les ha permitido la creación de un valor marcarío argentino propio que refleja salud visual-diseño-moda y es ya característico de los productos de salud visual que desarrollan, y que le ha permitido a nuestro país dos cosas: *la primera* es convertirse en el único país del mundo, donde las grandes multinacionales no han logrado oligopolizar el mercado<sup>29</sup>, y *la segunda* es competir en Latinoamérica mediante sus exportaciones con las marcas multinacionales, con un buen desempeño" (fs. 5472/3).

<sup>28</sup> Ver información sobre "cadena de valor CAPDEV" de fs. 5482.

<sup>29</sup> Dichos de la CAPDEV: "Viene al caso recordar que el mercado internacional está dominado por una sola empresa que factura euros 5.500 millones, y que el 1ro de Diciembre acaba de comprar una fábrica, distribuidora y cadena de ópticas en Brasil".



Agregando que "las nueve empresas nucleadas en CAPDEV<sup>30</sup> son verdaderos productores no fabriles que generan empleos nacionales directos para aproximadamente 230 personas, e indirectos por 350 personas (aprox.), representando a unas cuarenta marcas comerciales, con una actividad caracterizada por ventas anuales por USD 22 millones generadas a partir de un gasto FOB de sólo USD 2,8 millones (2010) y un alto cumplimiento en materia de pago de impuestos directos e indirectos (aprox. 6-8 millones de dólares)" (fs. 5473).

El mencionado plan de ampliación de producción que incluye la actividad fabril "contempla tanto el mercado interno como expandir las exportaciones argentinas con base en el desarrollo de valor marcario propio y local requiere –entre otras condiciones- que los niveles de derechos antidumping que eventualmente establezca el Estado Argentino, a partir de los informes que la DCD y la CNCE produjeron en el expediente del rubro, guarden relación con los niveles de protección que ha impuesto nuestro principal socio en el MERCOSUR" (fs. 5473 vta.).

La CAPDEV mencionó la Resolución N° 44 del 04/10/07 del Consejo de Ministros de la Cámara de Comercio Exterior de la República federativa del Brasil, que estableció un arancel antidumping de USD 270,56 por Kg limitado a los armazones para anteojos que se declaren por debajo de los USD 10 de precio CIF<sup>31</sup> (fs. 5473 vta. y 5483/9).

A modo de respuesta la CADIOA indicó que el plan de producción, expresado por la CAPDEV como "*plan de ampliación de producción de nuestras empresas que incluye expresa y activamente la actividad fabril*", "no aclara a lo largo del desarrollo de dicho plan tal actividad fabril, disfrazando importaciones detrás de una UTE destinada al mero ensamblado, expresados por ellos mismos a lo largo de la presentación" y que "más adelante, indica que se agrega un 80% de valor a los productos por ellos comercializados al precio final de venta mayorista, y que con la UTE se podrá

<sup>30</sup> Las principales empresas que integran la CÁMARA ARGENTINA DE PRODUCTOS Y DESARROLLOS PARA LA VISIÓN son las siguientes: DEVELOPTIK S.A., OPTISOL S.R.L., SHARGO S.R.L., OPTIWAY S.R.L., OPTITECH S.R.L., PROYECTO VISIÓN S.A., RD DISTRIBUIDORA S.R.L., PATAGONIA MEDICAL S.A., EXTREMO S.A., BRG INTERNACIONAL S.A. y EYECULTURE S.A.

<sup>31</sup> Siempre y cuando no supere los U\$S 4,87 por unidad.



incrementar dicho valor. Cabe aclarar que desde un punto de vista económico, el valor agregado es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. Estarían, de esta manera, confundiendo el pago de impuestos, costos de publicidad, elementos accesorios al bien, etc., con valor agregado” (fs. 5674).

En oportunidad de sus alegatos finales, la CAPDEV indicó que “los productores nacionales carecen de estructura, partes y piezas fundamentales para el armado de un antejo actual en calidad y precio, tal como han demostrado las verificaciones de la CNCE<sup>32</sup>, con excepción parcial de la firma RANIERI ARGENTINA, empresa que es a la vez un fuerte importador tanto de partes como de producto terminado”, citando como ejemplo el caso de las patillas Flex, que los productores nacionales importan desde china, porque las mismas no se fabrican en el país por falta de matrices, materiales, inversión y tecnología<sup>33</sup> (fs. 6144).

Continuó señalando que “las firmas que en este expediente han sido considerados fabricantes locales deberían... ser considerados ensambladores o armadores de partes y piezas con mayor o menor integración de valor agregado en cada caso en particular. Ello contribuiría a efectuar una evolución justa del verdadero nivel de protección antidumping que requiere la actividad productiva de anteojos en Argentina...” (fs. 6144 vta.).

La CADIOA expresa también que “gracias al valor marcarío argentino que han desarrollado las empresas nucleadas en CAPDEV, no han permitido que las multinacionales logran monopolizar el mercado nacional y han podido ingresar en el resto del mercado Latinoamericano. Para este punto, vale la pena contar un poco la historia de la industria nacional de anteojos, la Argentina es uno de los poquísimos países que cuentan con fábricas de anteojos. En todo el mundo hay poco más de diez países productores, y en América solamente Argentina y Brasil. Mucho antes de que nacieran las empresas que hoy conforman CAPDEV, y hasta hace 20 años atrás, nuestro país contaba con más de 200 fábricas nacionales, a las que las empresas

<sup>32</sup> En oportunidad de la verificación a la firma, se pudo constatar que la empresa cuenta con equipamiento y espacio suficiente para producir tanto anteojos y armazones de plástico por mecanizado como por inyección.

<sup>33</sup> Al respecto, como se mencionara en nota anterior, cabe señalar que el producto investigado, con forme lo dispuesto por Resolución Nº ex SlyC Nº 75/11 es “Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas”.



multinacionales encargaban sus producciones de anteojos, debido a que nuestra industria producía y produce con altos estándares de calidad y a precios competitivos. Esta fue la real circunstancia por la que las empresas multinacionales no han logrado monopolizar el mercado. Lamentablemente, el debilitamiento que ha sufrido nuestro sector por las políticas neoliberales, llevadas adelante durante la última dictadura militar y en la década de los '90, hizo que perdiéramos gran parte de la presencia que habíamos conseguido en los mercados de exportación, sobre todo en América Latina" (fs. 5675).

Respecto de que "... las nueve empresas nucleadas en CAPDEV son verdaderos productores no fabriles que generan empleos nacionales directos para aproximadamente 230 personas, e indirectos por 350 personas (aprox.)...", según CADIOA "es interesante la expresión productores no fabriles, refiriéndose a que producen sin tener fábrica, por lo que nos llevaría a asemejarlos a productores agropecuarios, agrícolas, etc.. Entran en evidente contradicción, ya que comprendiendo que particularmente la producción de anteojos es una labor enteramente fabril, no puede pensarse en una categoría de productores no fabriles, pues sería un término negatorio de sí mismo. Aunque claro está, que al no producir nada, mal utilizado está el término productor, debiendo cambiarlo por el de importadores" (fs. 5675/6).

Respecto de la cantidad de empleados por ellos generados, según la CADIOA "es de destacar que si fueran verdaderos productores nacionales, generarían puestos de trabajo entre 10 y 15 veces más que los que generan, tal como lo hacen los industriales nacionales agrupados en CADIOA (Cámara Argentina de Industrias Ópticas y Afines). Es de destacar, respecto a este último punto, que por cada empleo que genera un importador, se pierden entre 10 y 15 puestos de trabajos que podrían ser generados por la industria nacional si esa porción del mercado fuera abastecida por producción local real" (fs. 5676).

Al desarrollar la CAPDEV un plan de ampliación de producción de sus empresas que incluiría la actividad fabril; con la pretensión de sumarse al "...proyecto productivo nacional mediante el impulso del mercado óptico en tiempos donde la preservación y aumento del empleo argentino será de variable fundamental de la

*Aut*  
*G*



*actividad empresarial...*, según la CADIOA con ello "intentan disfrazar, como ya lo advertimos anteriormente, detrás de una UTE un modelo de negocio importador muy similar al que sostienen hoy. En su propuesta recaen nuevamente en la última etapa de puesta en el mercado de los anteojos ya que solo se dedicarían a ensamblar los anteojos importados y ya terminados. Todo esto, a cambio de que, irónicamente, se apruebe un derecho antidumping de extremo bajo valor, se elimine el requisito estampillado en las importaciones de productos terminados y se reduzcan los derechos de importación" (fs. 5676).

Asimismo, la CADIOA agregó que s la CAPDEV "verdaderamente se estuviera pensando en instalar plantas industriales en el país, se sumaría rápidamente a apoyar el establecimiento de un derecho antiumping suficiente para neutralizar el daño sufrido por la industria nacional a causa de las importaciones originarias de China que claramente resulta superior al propuesto por la CAPDEV. Esta misma a través de su presentación, intenta que a cambio de la instalación de una UTE ensambladora, se mejoren las condiciones actuales de importación, vaciando de sentido protectorio a la medida antidumping".

Respecto del "desarrollo de valor marcario propio y local..." indicado por la CAPDEV, la CADIOA indicó que "... la industria nacional también tiene un valor marcario propio y local, pero basado en toda una estructura fabril que realiza todas las etapas productivas y genera para ello una gran cantidad de puestos de trabajo. A modo de comparación entre un proceso y otro decimos que se entiende por proceso de ensamblado la tarea que se ejecuta a partir de un kit de componentes preelaborados, cuyo ensamble final no requiere procesos de soldadura, mecanizado, tratamientos galvánicos ni pintura (fs. 5677).

Específicamente en el caso de los armazones para cristales recetados o anteojos de sol, la CADIOA señaló que "dicho kit puede consistir en un frente totalmente terminado, un par de patillas completas y los tornillos necesarios para su montaje final. También podrían formar parte, separadas dentro de ese kit, las plaquetas de apoyo y terminales de plástico para las patillas. Todo el herramental necesario para completar la tarea se limita a un destornillador y algunas pinzas de ajuste, y el lugar de ejecución puede ser un depósito que no necesita reunir las

características de una fábrica. Cuando comparamos esta metodología con los procesos reales de industrialización que llevan adelante las fábricas nacionales, nos encontramos con que los pasos involucrados y la cantidad de gente necesaria para terminar un antejo son muy numerosos y complejos, sin puntos de contacto con lo arriba descrito para el ensamble. Comencemos por mencionar que una planta industrial, mediana o pequeña, necesita para su funcionamiento de la asistencia de técnicos profesionales, contratados o propios. Asimismo es gran consumidora de servicios locales de matricería, herramental y equipamiento, lo que genera en su entorno una dinámica productiva que no existe en caso de una operación de ensamble. Por otro lado, la fabricación de un antejo, sea de metal o de plástico, se verifica mediante la ejecución de múltiples operaciones de soldadura, mecanizado, pulido, tratamientos galvánicos y de pintura que de ninguna manera pueden compararse con el ensamblado, aunque también se requiera de la utilización de componentes preelaborados, tales como perfiles metálicos, chapas de acetato, bisagras y tornillos de precisión, piezas metálicas estampadas y accesorios plásticos inyectados. La imposibilidad de automatizar estos procesos hacen de la fabricación de anteojos una tarea de mano de obra intensiva, que genera el agregado de mucho valor sobre el costo de los componentes iniciales (fs. 5677/9).



#### V.4. Diversas consideraciones de las actuaciones.

Con posterioridad al ITDP, los importadores refirieron a la "inexistencia de una industria nacional representativa" y objetaron los datos de producción y capacidad de producción acompañados por la CADIOA (fs. 5041/2).

Continuó señalando que "...aun cuando tales datos fueran ciertos, no puede considerarse a las empresas RANIERI ARGENTINA S.A. y L.G.I. S.R.L. como productores nacionales... por cuanto las mismas firmas son también importadoras de anteojos. De hecho con importadoras de anteojos de calidad superior, conforme surge de las estadísticas de importaciones que se adjuntan, obtenidas de la firma Tarifar" y que "el hecho de haber importado los productos investigados en los últimos 3 años invalida a estas firmas para ser consideradas productores nacionales"<sup>34</sup> (fs. 5042). Dichos similares fueron reiterados por las importadoras a fs. 6152 vta.

<sup>34</sup> De acuerdo a lo que surge de fuente DGA, LGI no importó el producto objeto de investigación durante el período analizado, mientras que las importaciones realizadas por la firma RANIERI nunca superaron el 13% de su producción.



Particularmente respecto de RANIERI y LGI, las importadoras indicaron que en los cuadros N° 8 “ninguna de las dos informa haber realizado importaciones”, cuando en los Cuadros N° 6 “ambas manifiestan contar con insumos importados”. Agregando que RANIERI “es la mayor importadora de partes y piezas de anteojos. Curiosamente, gran parte de sus importaciones son originarias de la República Popular China” (fs. 5043).

A su vez, las firmas importadoras se preguntaron “porqué no se incluyeron las partes y piezas que importan y luego ensamblan los productores nacionales? Esta posición es, concretamente 9003.90.90.000Z” (fs. 5043, reiterado a fs. 6152 vta.).

En la misma línea de pensamiento, las importadoras indicaron que “de la estadísticas de importaciones de Aduana de Brasil surge que las firmas integrantes de la CADIOA exportan sus anteojos al mercado brasileño, a un valor promedio de 10 dólares” y que “las marcas de anteojos exportadas son en su mayoría Mormaii (curiosamente coincidentes con las marcas de anteojos cuyas facturas de Brasil aporta CADIOA)”<sup>35</sup> (fs. 5045).

Asimismo, los importadores indicaron que “evidencia una clara maniobra de la CADIOA de utilizar el presente procedimiento para excluir del mercado local a los productos importados, más que para proteger a la industria nacional de una maniobra de competencia desleal que no ha podido acreditar, que supuestamente le causaría un daño que tampoco ha podido acreditar”, con lo cual “imponer medidas preliminares implicaría virtualmente llevar a la quiebra a comerciantes argentinos...” (fs. 5044).

Indicaron que “no corresponde la continuación de la investigación de la presente investigación respecto de los anteojos pregraduados. Ello es así por cuanto no existe fabricación nacional de estos productos... que se encuentren inscriptas en el registro creado en la ANMAT”, agregando que no hubo prueba de valor normal de pregraduados (fs. 5049).

<sup>35</sup> De la información obrante en el expediente surge que el coeficiente de X de LGI se ubicó entre 0,2 y 7 % mientras que el correspondiente a RANIERI OSCILÓ ENTRE 13 y 37%.







En este contexto "la imposición de medidas como las pretende CADIOA, implicaría privar a un importante sector de la sociedad de este tipo de productos, toda vez que no pueden acceder, por los elevados precios, a los productos ensamblados por los productores locales" y "logrará inundar el mercado de productos importados por firmas multinacionales, que importan anteojos de alta gama, sin que puedan acceder a estos productos millones de argentinos que no pueden costear estos productos, como tampoco pueden hacerlo respecto de los ensamblados por los productores locales". Si se excluyera a los importadores acreditados en la presente investigación (fs. 5049/50).

Las mismas consideraciones fueron reiteradas posteriormente a fs. 5494/7.

En oportunidad de efectuar consideraciones finales, las firmas importadoras y exportadoras mantuvieron la postura y los dichos anticipados en las anteriores etapas de la investigación, agregando que en las verificaciones se ha constatado "el carácter de importadores de las firmas de CADIOA" –RANIERI y LGI-, "resultando en ambos casos que ellas comercializan anteojos terminados, o se limitan a ensamblar anteojos y armazones a partir de piezas importadas" y que RANEIRI y LGI "sólo utilizan como insumos nacionales el estuche, y en algunos casos el puente, siendo el costo de tales insumos de un promedio de \$7 (para el caso de LGI), mientras que Ranieri informa que utiliza 0% de insumos nacionales, mientras que los precios de venta de tales anteojos es mucho superior, duplicando el costo de su fabricación"<sup>36</sup> (fs. 6153).

#### V.5. Efectos de la aplicación de derechos antidumping.

La CADIOA indicó que "la aplicación de medidas antidumping a las importaciones de anteojos provenientes de China, lejos de constituir una amenaza para nuestra industria, es la oportunidad que estamos reclamando para que nuestro sector pueda sumarse al proceso de reconstrucción y recuperación industrial que el gobierno promueve desde el año 2003 y que "bajo ningún aspecto las medidas antidumping podrían generar un aumento de los precios internos, ya que el

  
  
<sup>36</sup> Al respecto, como se mencionara en nota anterior, cabe señalar que el producto investigado, con forme lo dispuesto por Resolución Nº ex SlyC Nº 75/11 es "Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas".



incremento de la demanda canalizada hacia la producción local permitiría economías de escala en la producción que se trasladarían a los precios para mantenerlos en línea con los que hoy están vigentes en las distintas categorías de armazones y anteojos de sol" (fs. 5108, y reiterado a fs. 6140).

Por su parte la CAPDEV indicó que por su menor escala un arancel antidumping más bajo que el de Brasil resguardaría "al mercado óptico argentino de una probable invasión del producto brasileño, proveniente de un mercado 19 veces mayor que el nuestro en óptica", agregando que "una medida de este nivel y tipo atacaría los problemas de competitividad del sector que provienen fundamentalmente de dos factores; el primero, empresario, ya que favorecería un aumento de inversiones que redefina el concepto productivo e incorpore el agregado de valor al producto importado o ensamblado local (diseño, marca, publicidad) para que compita con mayor eficacia contra las marcas internacionales tanto en Argentina como disputándoles los mercados del MERCOSUR y Latinoamérica. El segundo factor, estatal, es que la medida significaría la puesta en marcha, práctica y sencilla, de una política del Fisco eficaz en la lucha contra el contrabando y el fraude de marcas" (fs. 5473 vta. y 5474).

Asimismo agregó que "el contrabando afecta gravemente la competitividad de las empresas nacionales y debe ser un mal negocio para quien lo practica, de modo de disuadir a aquellos que lo intenten", "por eso, una medida antidumping dictada en línea con la Resolución General AFIP 3111/11 y –en el plano regional- por debajo de los fijados por la Resolución Nº 44 de la República Federativa del Brasil devolverá inmediatamente competitividad a nuestras empresas porque: frenará el contrabando, creará condiciones de estabilidad para la inversión productiva y el desarrollo exportador regional, posibilitará a los socios de esta entidad la implementación sostenida en el tiempo del plan de inversiones y ampliación productiva que se presenta en este escrito" (fs. 5474/5).

*Handwritten signature and a large arrow pointing to the right.*



La CAPDEV refirió “otro aspecto a contemplar en una eventual medida antidumping”, indicando que “el establecimiento de un arancel acorde con el del país vecino permitiría una protección armónica en el plano regional frente a prácticas desleales y favorecerá las exportaciones que los desarrolladores agrupados en CAPDEV vienen concretando en el ámbito latinoamericano” (fs. 4815 y 5475). Refutado por la CADIOA fs. 5679/80.

Asimismo señaló la necesidad de “... la armonización de políticas y normas legales que favorezcan la producción nacional debe abarcar la remoción de trabas a la exportación que vienen sufriendo los socios de esta entidad”, dado que “los desarrolladores de marcas argentinas no pueden obtener tratamiento de origen en nuestro país siendo que la integración de valor local alcanza al 80% del precio final de venta de los anteojos”, y ello “traba la posibilidad de exportar marcas argentinas que compiten bien en toda América Latina frente a las compañías globales y la propia importación de frentes para ensamblado local porque genera una doble imposición de aranceles y mantiene el absurdo requisito del estampillado tanto para anteojos como para frentes y armazones” (fs. 5475/6, reiterado a fs. 6146). Refutado por la CADIOA fs. 5680, indicando que el estampillado de productos terminados “es una de las pocas medidas que defiende hoy por hoy a la industria nacional de anteojos”.

Agregando finalmente que “la crisis internacional abre una oportunidad para la Argentina si desarrolla un modelo de exportación de valor agregado no sólo fabril”, dado que “se trata de aprovechar las ventajas comparativas que tiene hoy nuestro país: creatividad en el diseño, de clase mundial, y capacidad para desarrollar valor marcarío a nivel regional en condiciones de alta competitividad” (fs. 5476). Refutado por la CADIOA a fs. 5680.

En sus alegatos finales, la CAPDEV señaló la falta de necesidad de “adoptar una extrema e indiscriminada medida antidumping contra las exportaciones de origen chino” (fs. 6143 vta.).

La CAPDEV refirió a que la firma RANIERI cuenta con la excepción de estampillado para sus elementos importados<sup>37</sup> (fs. 6146).

<sup>37</sup> Al respecto, conforme explicación obrante en la sección IV- Producto Similar del presente informe, la excepción de estampillado es de alcance general (Resolución General de AFIP 3105 del 9 de mayo de 2011 que se estableció el Régimen de Identificación para determinadas mercaderías extranjeras).



Según la CAPDEV, "la eventual aplicación de una medida... perjudicaría fundamentalmente a los importadores clásicos o simples porque este grupo suele comprar manufacturas muy baratas... y dañaría a los desarrolladores agrupados en la CAPDEV", agregando que "tampoco favorecería de manera significativa a los ensambladores de la CADIOA porque éstos también son importadores tanto de armazones como de producto terminado". Por último entendemos que las multinacionales serían las más beneficiadas por una medida antidumping del nivel que pretende CADIOA dado que sus productos son los más caros del mercado y al crecer el precio de los productos locales (ya sean de manufactura extranjera o ensamblados en el país), lograrían mayor porción de mercado" (fs. 6146).

Asimismo, respecto del impacto de una eventual medida antidumping... si bien puede lograrse una mejora del saldo sectorial de la balanza comercial recortando vía medidas el ingreso de muchas unidades de bajo precio FOB, habría que tener en cuenta que las importaciones de una sola empresa multinacional de alto precio explican la salida del 25% del total de divisas en compras de anteojos en el exterior (fs. 6146 vta.).

Finalmente la CAPDEV agregó que "el Estado Argentino debe intervenir para prevenir prácticas desleales en el comercio como el dumping y debe hacerlo con firmeza pero también con ecuanimidad resguardando los derechos de todos lo que quieren competir en el mercado y sin permitir que algunos pretendan sacar provecho de las políticas productivas con inclusión social que caracterizan esta gestión gubernamental" , solicitando se "concluya la inexistencia de daño a la industria nacional... y la consecuente falta de relación de causalidad con el eventual dumping" (fs. 6149 vta.).

Finalmente la CADIOA manifestó que "...quien pretenda constituir una UTE para acompañar al actual Plan Estratégico Industrial 2020 impulsado por el Gobierno Nacional, no hace más que intentar engañar de alguna inocente manera a las autoridades nacionales, dibujando una Unión Transitoria en un *...proceso gradual de industrialización y sustitución de importaciones con generación de empleo local genuino...*", tal como lo expresa la CAPDEV en su presentación. Agregando que para ello solicitan "un derecho antidumping bajo, la eliminación del requisito de estampillado



y la reducción de los derechos de importación. Claro está que no solicitan otra cosa que el fomento de la importación. Por otra parte, es importante advertir que el ensamble y el rotulado de los anteojos, no sustituye la importación, sino que la incentiva ocupándose la casi totalidad de la mano de obra en el exterior” (fs. 5681).

Cerrando la exposición la CADIOA indicó que “en cuanto a la cadena de valor, proyecciones de sustitución de importaciones y demás datos relevantes del proyecto que proponen y que se encuentran en el Excel que se adjunta a la presentación de la CAPDEV, se puede advertir que se trata de una estructura meramente comercial y no industrial”. En tanto “respecto de la mano de obra, debemos aclarar que a diferencia del dudoso empleo generado por las empresas integrantes de la CAPDEV, la industria nacional, no solo emplea a un amplio abanico de profesionales si no que, además, incorpora en sus filas de trabajadores a empleados de bajos recursos y sin ningún tipo de formación provenientes de los nichos donde radica el grueso de la desocupación” (fs. 5682).

Finalmente la CADIOA solicitó que “se desestimen los argumentos vertidos en las presentaciones realizadas por la CAPDEV... y se establezca una medida de antidumping tal que neutralice el daño que las importaciones de china le han ocasionado a la industria nacional, recordando que el margen de dumping calculado por la DCD es del 3.979,43%” (fs. 5682).

*Handwritten signature and arrow pointing to the text above.*



**DETALLES DEL PLAN DE PRODUCCIÓN NACIONAL DE ANTEOJOS Y ARMAZONES DE LA CAPDEV<sup>38</sup> (fs. 5476/81)**

A este respecto informó que las marcas comerciales nacionales que representan sus empresas son: TERESA CALANDRA, MARIANA ARIAS, MDQ, Daniel Cassin, Urban People, Westbury, Dynamo, Marilyn (SHARGO S.R.L.), OPTITECH, FLEUR, DUNORD, SAIL (OPTITECH), ADRIANA CONSTANTINI, BAJITOS, TRAVESURAS, NADIA BRUZZI, UOMO, AIRLIGHT, CONCEPTOS, POUR HOMME. (OPTIWAY S.R.L.), MISTRAL, (EXTREMO S.A.), BORSALINO, STONE (BRG INTERNACIONAL S.A.), ANDREA FRIGERIO, KEVINGSTON, OJITOS, EXPLOIT, LOONEY TUNES, MASK, HARRY POTTER, PASSPORT, KEVINGSTON (OPTISOL S.R.L.), PATAGONIA, ALBERTA FERRETI, CH, CIUDADANO. (PATAGONIA MEDICAL S.A.), INFINIT, MAJA (DEVELOPTIK S.A.), MANIAC (PROYECTO VISION S.A.), LEGACY (RD DISTRIBUIDORA S.R.L.) y NO-ON (EYECULTURE S.A.).

Se propone ante la CNCE un proyecto de producción nacional para constituir una UTE dedicada a la fabricación de productos ópticos, gafas de sol, armazones de vista, estuches, exhibidores y demás productos ópticos, para abastecer el mercado local buscando la sustitución progresiva y en plazos a acordarse con la autoridad de aplicación, de los niveles de importación actuales en forma gradual para la provisión del mercado interno y desarrollo del mercado exportador para nuestros productos.

Esta UTE implementará en forma inmediata, una vez acordadas las condiciones con las autoridades, el proyecto para la apertura de una terminal industrial en la que se desarrolle gran parte de la construcción, ensamble y pintado de los objetos de referencia (anteojos, armazones, estuches, exhibidores), proyecto con cero costo para el Estado Argentino dado el compromiso de financiamiento por parte de la CAPDEV. Los tiempos de apertura y puesta en marcha total de esta industria se estiman entre 3 y 18 meses.

<sup>38</sup> Las principales empresas que integran la CÁMARA ARGENTINA DE PRODUCTOS Y DESARROLLOS PARA LA VISIÓN son las siguientes: DEVELOPTIK S.A., OPTISOL S.R.L., SHARGO S.R.L., OPTIWAY S.R.L., OPTITECH S.R.L., PROYECTO VISIÓN S.A., RD DISTRIBUIDORA S.R.L., PATAGONIA MEDICAL S.A., EXTREMO S.A., BRG INTERNACIONAL S.A. y EYECULTURE S.A..



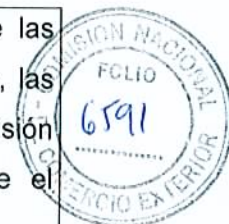
En el inicio del proyecto se contará con la participación de la mayor parte de las empresas adheridas a CAPDEV, garantizando así los más de trescientos puestos de trabajo que en la faz de diseño, creativa y comercial las empresas tienen en la actualidad y proyectando la duplicación de esos puestos de trabajo calificados si el presente proyecto se implementa plenamente para el mercado interno y externo.

Para impulsar la apertura de los nuevos mercados se solicitará la adecuación de la norma de origen MERCOSUR incluyendo la actividad de los desarrolladores argentinos agrupados en CAPDEV como local a efectos de acreditar origen para exportación y la eliminación del requisito de estampillado en importaciones para las empresas que participen del presente proyecto.

Se solicita que se establezcan los niveles de protección antidumping que surgen de los valores criterio fijados por la RG AFIP 3111/11) y la reducción del sesenta por ciento (60%) del derecho de importación extrazona para frentes, armazones, partes y piezas destinados a la producción de los anteojos cuyos modelos se acordarán con las autoridades y hasta el cuarenta por ciento (40%) del derecho de importación extrazona para "Completely Knocked Down (CKD)" y "Semi Knocked Down (SKD)" de anteojos de sol y armazones semi-terminados comprendidos en un listado que se elaborará con la autoridad de aplicación.

Cuando el destino de la producción establecida en el plan aprobado sea el mercado local, se emitirán los mencionados certificados – intransferibles y válidos por 1 año desde su emisión- para importaciones de bienes por valor total equivalente hasta 50% del valor ex fábrica antes de impuestos de la producción de anteojos terminados dentro del primer año del programa aprobado; hasta el 45% el segundo; hasta el 40% el tercero; hasta el 35% el cuarto y hasta el 30% el quinto y último año; mientras que cuando el destino sea exclusivamente para el mercado de exportación, se emitirán certificados por un 20% adicional por cada año, a la escala prevista para el mercado local .La autoridad de aplicación establecerá la periodicidad con que se emitirán los certificados. No se expedirán certificados cuyo valor exceda el que corresponda a un período de seis (6) meses de producción proyectada, conforme el plan de producción oportunamente aprobado.

La autoridad de aplicación realizará un seguimiento del desempeño de las empresas incluidas en el proyecto en función del plan de producción aprobado, las inversiones y exportaciones, estableciendo los ajustes que correspondan en la emisión de los certificados para importación con desgravación arancelaria, conforme el procedimiento que a tal efecto establezca esa autoridad.



Respecto de las nueve empresas que integran la CAPDEV<sup>39</sup>, en ocasión de sus alegatos finales la citada Cámara indicó que " representan una nueva generación que se define por crear productos y desarrollos a partir de nuevas formas que incluyen la aplicación de inversión intensiva, uso de tecnologías y materiales de última generación, y un fuerte componente de diseño argentino", agregando inversión publicitaria intensiva que les ha permitido la creación de un valor marcario argentino propio que refleja salud visual-diseño-moda y es ya característico de los productos de salud visual que desarrollan para Argentina y el mercado latinoamericano (fs. 6150).

Asimismo, agregó que "el agregado de valor nacional de sus socios alcanza el 80% del precio final del producto por lo que nadie más que esta entidad tiene interés en que no existan prácticas desleales en el comercio que terminen favoreciendo a quienes no invierten en desarrollo local" (fs. 6150 vta.).

*Aut*  
*G*

<sup>39</sup>En oportunidad de sus consideraciones finales, la CAPDEV indicó que estas empresas generan empleos nacionales directos para aproximadamente 230 personas, e indirectos para 350 personas (aprox.), representando a unas cuarenta marcas comerciales, con una actividad caracterizada por un alto cumplimiento en materia de pago de impuestos directos e indirectos (6-8 millones de dólares) (fs. 6150).





## VI. EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL DE ANTEOJOS<sup>1 2</sup>

Como se señala en la sección IV. del presente informe, la presente investigación se refiere a anteojos de sol<sup>3</sup>, armazones para anteojos<sup>4</sup> y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas, los que constituyen bienes de uso final, utilizados para la protección contra el sol y para el soporte de lentes que corrigen defectos de la visión.

### VI.1. Características generales del mercado argentino

Durante el período investigado, el mercado nacional de anteojos estuvo abastecido en más del 90% por importaciones originarias de China, en tanto que la industria nacional abasteció a alrededor del 5% del consumo aparente. Entre el resto de los orígenes se destacan Italia, Taiwán y Hong Kong. Asimismo, si se desagrega la información entre anteojos de sol, armazones y armazones y pregraduados, observamos participaciones similares. Así, el consumo nacional aparente fue, en 2010, de unos 180 millones de pesos.

La industria nacional dispone de una capacidad de producción de cerca de 8 millones de unidades, equivalente a más del 60% del máximo volumen del consumo aparente observado en el período considerado, que fue de algo más de 12 millones de unidades en 2008. No obstante, la referida capacidad de producción es potencialmente mayor, ya que LGI cuenta con dos líneas de producción que no han sido puestas en funcionamiento.

Además, la CADIOA informó que se encuentra desarrollando, conjuntamente con la Municipalidad de San Martín y el sindicato de la industria plástica (UOYEP), el armado de una fábrica-escuela con el objeto, tanto de desarrollar la capacitación de mano de obra especializada como de producir anteojos económicos para la provisión de programas sociales.

<sup>1</sup> Esta sección del informe presenta, en letra negrita y cursiva, información de carácter confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública.

<sup>2</sup> Para la elaboración de esta sección se ha utilizado información suministrada en las presentes actuaciones por las partes intervinientes en la investigación, además de las fuentes que se citan en cada caso.

<sup>3</sup> En adelante, "anteojos de sol" o "anteojos", indistintamente.

<sup>4</sup> En adelante, "armazones para anteojos" o "armazones", indistintamente.



Mientras que por otro lado, la CAPDEV<sup>5</sup> efectuó una presentación con relación a "un plan de ampliación de producción de nuestras empresas que incluye expresamente y activamente la actividad fabril... y constitución de una UTE entre los socios de CAPDEV destinada a sustituir importaciones de distintos procesos propios de nuestra cadena de valor de manera gradual y progresiva mediante la actividad de ensamblado y terminación local<sup>6</sup> de anteojos de sol, armazones, estuches y demás materiales de presentación" (fs. 5471).

*Alonso*  
*[Handwritten signature]*

<sup>5</sup> Las empresas que integran la CÁMARA ARGENTINA DE PRODUCTOS Y DESARROLLOS PARA LA VISIÓN son las siguientes : DEVELOPTIK S.A., OPTISOL S.R.L., SHARGO S.R.L., OPTIWAY S.R.L., OPTITECH S.R.L., PROYECTO VISIÓN S.A., RD DISTRIBUIDORA S.R.L., PATAGONIA MEDICAL S.A., EXTREMO S.A. y EYECULTURE S.A. y en relación a estas empresas, se agrega: "las nueve empresas nucleadas en CAPDEV son verdaderos productores no fabriles que generan empleos nacionales directos para aproximadamente 230 personas, e indirectos por 350 personas (aprox.), representando a unas cuarenta marcas comerciales, con una actividad caracterizada por ventas anuales por USD 22 millones generadas a partir de un gasto FOB de sólo USD 2,8 millones (2010) y un alto cumplimiento en materia de pago de impuestos directos e indirectos (aprox. 6-8 millones de dólares)" (fs. 5473).

<sup>6</sup> En ese sentido, se afirma "permitirá incrementar aún más el valor agregado nacional de nuestros productos que ya es del 80% del precio final de venta mayorista en Argentina, con aumento de la cantidad de empleos locales y mejora de la balanza comercial de los socios de nuestra entidad."



### VI.1.a. Características de la oferta en el mercado nacional

La industria nacional de anteojos está conformada por ALBACETE<sup>7</sup>, FRANCIONI<sup>8</sup>, LGI<sup>9</sup>, y RANIERI ARGENTINA<sup>10</sup>, MAS DE LO QUE VES<sup>11</sup> y ANTEOFER<sup>12</sup>, todas éstas empresas participaron en la presente investigación y concentraban el 71% de la producción nacional en 2008, mientras que en el primer trimestre de 2012 representaban el 98% del total. En tanto el resto de la producción nacional corresponde a ANTEOJOS NIVEL UNO S.R.L.<sup>13</sup>; CHOPTICAL S.A.<sup>14</sup>; DALMETAL S.R.L.<sup>15</sup>; D'LONG; FEDON<sup>16</sup>, AMERICAN NEW VISION, EUROLENT S.R.L., LIONTI, MAS DE LO QUE VES S.R.L.<sup>17</sup>, ORBITAL INTERNACIONAL S.R.L.<sup>18</sup>, entre otros

En particular, ALBACETE, produce amazones y anteojos de sol marca MORMAIL en su planta de Carlos Spegazzini, Partido de Ezeiza, inaugurada en el año 2009.

<sup>7</sup> Fabrica de amazones y anteojos de sol, con planta de producción propia ubicada en Carlos Spegazzini, Partido de Ezeiza. Inaugurada en el año 2009. (fs. 1396). Comercializa la marca MORMAIL (fs. 1407).

<sup>8</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Se dedica a la fabricación y venta de amazones para anteojos. Comenzó sus actividades en septiembre de 1984. (fs. 2106). Comercializa las marcas FRANCIONI, FEDRA, ROUTE 66, ROBERTO PIAZZA SYMBOL, ALESSIO y REGAARD (fs. 2115).

<sup>9</sup> Empresa ubicada en Villa Lynch, San Martín, Provincia de Buenos Aires. Se dedica a la fabricación de amazones para anteojos y anteojos de sol. Comenzó sus actividades en octubre de 2001. (fs. 1534). Comercializa las marcas UNION PACIFIC, TIFFANY, PAUL RIVIERE, LOGRITOS y LOGROS GOLD. (fs. 1545).

<sup>10</sup> Empresa ubicada en Villa Maipú, Provincia de Buenos Aires. "Ranieri Argentina" es una empresa dedicada al diseño, producción, distribución y comercialización de amazones oftálmicos y anteojos de sol de hombre y mujer. RANIERI comienza sus actividades en 1974, en el año 1980 se inician las actividades bajo el nombre de RANIERI SRL, consolidándose como RANIERI Argentina en el año 1998. Posee una planta controlada en Paraguay. (fs. 3625). Comercializa las marcas REEF, WRANGLER, OSSIRA, METANO, WANAMA, COOK, MANGO, PHILIPPE ROSSET y VALERIA MAZZA (fs. 3636).

<sup>11</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación amazones para anteojos y anteojos de sol en 1992. Se trata de una empresa Pyme familiar, no posee vinculaciones ni subsidiarias (fs. 1304).

<sup>12</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación de anteojos de sol en 1977. La empresa no posee vínculos financieros o contractuales con cualquier otra empresa que estén relacionados con la producción, ventas, licencias, certificados, etc. de anteojos de sol y/o amazones (fs. 2031). Posee licencia para la fabricación de las marcas IBIZA, FERMANI, SONDER, MAD y SENSE (fs. 2031).

<sup>13</sup> Empresa ubicada en Morón, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación amazones para anteojos y anteojos de sol en 2004 (fs. 2273). Posee licencia para la fabricación de las marcas Via Vai, Fus Usa y Joy. (fs. 2283).

<sup>14</sup> Esta firma produce anteojos de sol y amazones bajo las marcas Muaa, Garfield, Tascan, Caro Emanuel y Pierre Cardin (fuente: [www.chopti.com.ar](http://www.chopti.com.ar)). Se encuentra ubicada en la Provincia de Buenos Aires. Fecha de consulta 13/07/2011.

<sup>15</sup> Empresa con más de 18 años en el mercado nacional, comenzó en sus inicios como fabricante y exportador a todo el sur y centro América. Hoy es una empresa de fabricación ciento por ciento nacional. Produce en su planta de fabricación amazones para anteojos y anteojos de sol en 2004 (fs. 2273). Posee licencia para la fabricación de las marcas Via Vai, Fus Usa y Joy. (fs. 2283).

<sup>16</sup> Esta firma produce anteojos de sol y amazones bajo las marcas Muaa, Garfield, Tascan, Caro Emanuel y Pierre Cardin (fuente: [www.chopti.com.ar](http://www.chopti.com.ar)). Se encuentra ubicada en la Provincia de Buenos Aires. Fecha de consulta 13/07/2011.

<sup>17</sup> Empresa con más de 18 años en el mercado nacional, comenzó en sus inicios como fabricante y exportador a todo el sur y centro América. Hoy es una empresa de fabricación ciento por ciento nacional. Produce en su planta de fabricación amazones por año. Se especializa en la producción de amazones de receta y lanzó hace unos años las líneas de sol Onix, Ken Brisk y Fantasy (fuente: <http://www.dalmetalsrl.com.ar/>

<http://www.ciudadoptica.com/co/proveedores/institucional/dalmetal.htm>

<http://exiinformes.nosis.com.ar/Exiinformes/agentes/DALMETAL-SRL-30708470283-Granaderos-A-Caballo-4544-1665-Jose-C-Paz-Buenos-Aires-Argentina-24425-PT.aspx>. Fecha de consulta: 18/07/11).

<sup>18</sup> Empresa ubicada en Ciudadela, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación de amazones para anteojos y anteojos de sol en 1975, y no posee vinculaciones financieras y/o contractuales (fs. 1282). Posee licencia para la fabricación de las marcas CRUISER, RODEGHER, FEDON y ZF (fs. 1291).

<sup>17</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación amazones para anteojos y anteojos de sol en 1992. Se trata de una empresa Pyme familiar, no posee vinculaciones ni subsidiarias (fs. 1304).

<sup>18</sup> Empresa que comercializa anteojos de sol, amazones y productos para la nieve (fuente: <http://www.orbitalvirtual.com>, fecha de consulta: 18/07/11).



Por su parte, FRANCIONI, desde 1984 produce con las marcas FRANCIONI, FEDRA, ROUTE 66, ROBERTO PIAZZA SYMBOL, ALESSIO y REGAAR en su planta de San Martín, Provincia de Buenos Aires.

LGI, radicada en Villa Lynch, San Martín, Provincia de Buenos Aires, se dedica desde 2001 a la fabricación de armazones para anteojos y anteojos de sol con las marcas UNION PACIFIC, TIFFANY, PAUL RIVIERE, LOGRITOS y LOGROS GOLD.

Por último, RANIERI ARGENTINA, ubicada en Villa Maipú, Provincia de Buenos Aires, es una empresa dedicada al diseño, producción, distribución y comercialización de armazones oftálmicos y anteojos de sol de hombre y mujer de marcas REEF, WRANGLER, OSSIRA, METANO, WANAMA, COOK, MANGO, PHILIPPE ROSSET y VALERIA MAZZA. Comenzó sus actividades en 1974 y en 1980 comienza a operar bajo el nombre de RANIERI SRL, consolidándose como RANIERI Argentina en el año 1998. Asimismo, posee una planta controlada en Paraguay.

En lo que respecta a las importaciones, como se señaló en el apartado precedente, más del 90 % del consumo aparente fue abastecido por importaciones y, de éstas, más del 90% correspondieron al origen investigado. Como se observa en los Cuadros N° 11.3 – Ranking de Importadores (Anexo I, del presente informe), salvo en el caso de las gafas pregraduadas, existe una atomización en la oferta de anteojos de origen chino.

Cabe resaltar que entre los productores nacionales, ORBITAL, DALMETAL y RAINIERI ARGENTINA han realizado importaciones de origen chino durante el período considerado en esta investigación. En ese sentido, en ocasión de la verificación en la firma RANIERI se trajeron 4 muestras de los artículos importados semi-terminados originarios de China, que están disponibles según consta a fs. 5579/82. Según la información a la que tuvo acceso esta CNCE, a estos artículos se les hacen algunos de los siguientes procesos para convertirlos en productos finales: pulidos, pintado, decoraciones, etc. Respecto de este tema, HORZY definió a los productores nacionales como "pseudo fabricantes ... meros armadores de piezas importadas", indicando que vendieron más unidades de

*General*





productos importados y que su capacidad instalada se explota al 100%, no teniendo recursos productivos ociosos<sup>19</sup> (fs. 2858).

Entre las empresas importadoras se pueden identificar dos grandes grupos, por un lado aquellas que sólo importan y comercializan con marca o sin marca propia (en este grupo se incluyen las importadoras de marcas internacionales) y, por el otro, aquellas que, además, desarrollan marcas, diseños propios y licencias para su producción en el exterior y posterior importación. Cabe resaltar que éstas últimas, DEVELOPTIK, OPTISOL, SHARGO, OPTIWAY, OPTITECH, PROYECTO VISIÓN, RD DISTRIBUIDORA, PATAGONIA MEDICAL, EXTREMO, CORPORACIÓN ALPHA y EYECULTURE se encuentran asociadas en la CAPDEV y si bien participaron de la presente investigación, ninguna respondió el Cuestionario para el Importador de esta CNCE. Asimismo, este grupo de empresas señaló su intención de desarrollar la producción en nuestro país.

*ceesf*  
*6*

<sup>19</sup> De acuerdo surge a los datos presentados en el Cuadro N° 5 del Anexo I del presente informe, la capacidad ociosa de las empresas productoras nacionales fue del 92% en 2010 y en el primer trimestre de 2011, mientras que la de las empresas del relevamiento se ubicó en el 89% en los mismos períodos.



Por su parte, los importadores que participaron de la investigación son, en todos los casos, mayoristas radicados en la Ciudad de Buenos Aires, que comercializan los anteojos importados, en distintos porcentajes, a través de mayoristas y minoristas y marginalmente al por menor. Se observa que ninguno de ellos se abastece, además de la importación, de anteojos de producción nacional. Ellos son ALFREDO E. WARSZAWSKI<sup>20</sup>, HORZY<sup>21</sup>, GLASSORAMA<sup>22</sup>, MANIK<sup>23</sup>, LOVELI<sup>24</sup>, MONICA M. SOVANO<sup>25</sup>, BRUCK'S<sup>26</sup> y ARITAM<sup>27</sup>.

En particular, ALFREDO E. WARSZAWSKI fue el principal importador de armazones del origen investigado, con un total de unos 2,6 millones de unidades a lo largo de todo el período analizado (24% del total) y el tercero de anteojos de sol, con un total de más de 1,2 millones (7%). Además, se observa que no comercializa anteojos de marca.

HORZY, que tampoco comercializa anteojos de marca, fue el segundo importador de anteojos de sol, con más de 1,5 millones de unidades (8% del total), mientras que tuvo una participación marginal en armazones.

<sup>20</sup> WARSZAWSKI: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1991 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2542). Comercializa sus importaciones, tanto de anteojos de sol como de armazones en un 100% a Distribuidoras Mayoristas. (fs. 4456). La empresa informa que no realiza importaciones de gafas pregraduadas. Realiza importaciones sin Marca. (fs. 2556).

<sup>21</sup> HORZY: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1991 a la importación de anteojos y armazones de receta. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2837). Comercializa sus importaciones de Armazones en un 50% Distribuidoras Mayoristas y otro 50% de venta a ópticas. Para los anteojos de sol, su mercado se divide en Distribuidores (30%), y venta a minoristas (70%). (fs. 2840/41); no comercializa gafas pregraduadas. La empresa no informa las marcas que comercializa.

<sup>22</sup> GLASSORAMA: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2002 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2446). La empresa comercializa Armazones en un 80% a Minoristas, y un 10% tanto a distribuidores/mayoristas, como venta directa a usuarios. Para el caso de los anteojos de sol, la empresa comercializa un 50% a distribuidores/mayoristas, un 48% a minoristas, y el resto como venta directa a usuarios. No informa las marcas que comercializa (fs. 4684).

<sup>23</sup> MANIK: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2006 a la importación de anteojos y armazones; y a la venta al por mayor de artículos de óptica y fotografía. La empresa posee una casa matriz y un local de venta mayorista en la Ciudad (fs. 4303/04). Posee licencia/permiso de importación de las marcas Eternity, Kompressor, 5ta Fondo, Pathfinder, Bross, Wellington y Polo Club. (fs. 4311). Comercializa sus importaciones de Armazones en un 60% Distribuidoras Mayoristas y 40% ópticas. Para las gafas pregraduadas, su mercado se divide en Distribuidores (50%), Ópticas (30%) y el resto entre Otros comercios minoristas. (fs. 4309).

<sup>24</sup> LOVELI: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1996 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro. Posee los servicios de licencia de las marcas Manchester Polo, LVL, Miyaki, Carven y 60th (fs. 4226). Comercializa sus importaciones, tanto de anteojos de sol como de gafas pregraduadas en un 10% Distribuidoras Mayoristas y otro 90% de venta a Minoristas; no comercializa Armazones. (fs. 4217).

<sup>25</sup> SOVANO: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2005 a la Importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 4500/01). La empresa comercializa la marca Angel M. Lentes, en un 80% a minoristas y un 20% a Distribuidores/mayoristas para el caso de anteojos de sol y gafas pregraduadas. La empresa no comercializa Armazones. (fs.4502, 4505).

<sup>26</sup> BRUCK'S: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2002 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 4411/12). Posee licencia de las marcas Insbruck, Satin y Bradoo (fs. 4418). Comercializa sus importaciones de anteojos de sol en un 7% de venta directa a usuarios, un 40% a distribuidores mayoristas, y un 53% a minoristas. Para el caso de gafas pregraduadas, comercializa el 80% del producto a minoristas, el 15% a Mayoristas, y el resto como venta directa a usuarios. (fs. 4414).

<sup>27</sup> ARITAM: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1999 a la importación de anteojos y armazones de receta. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2906) Posee licencia de las marcas Altitude y Maniac (fs. 2917). Comercializa sus importaciones de anteojos de sol en un 2% de venta directa a usuarios, un 30% a distribuidores/mayoristas, y un 68% a minoristas. Para los Armazones, comercializa el 85% a distribuidores/mayoristas, y el resto a minoristas. No comercializa gafas pregraduadas. (fs. 4188).



Por su parte, MANIK, que comercializa las marcas Eternity, Kompessor, 5ta Fondo, Pathfinder, Bross y Wellington Polo Club, fue el principal importador de anteojos de sol, con casi 2 millones de unidades en todo el período considerado (11%) y el tercero entre los importadores de gafas pregraduadas con el 19% del total (unas 166 mil unidades).

Entre los importadores de anteojos de sol se encuentran, también, GLASSORAMA en el sexto lugar y BRUCKS, séptimo, ambos con alrededor del 4% del total. Este último, que comercializa las marcas Insbuck y Satin, es el segundo importador de gafas pregraduadas (19%) y un importador marginal de armazones.

En tanto, LOVELI y MONICA A. SOVANO, ocupan el primero y cuarto lugar entre los importadores de gafas pregraduadas, con el 50% y 9%, del total, respectivamente. LOVELI, comercializa las marcas Manchester Polo, LVL, Miyaki y Carven y MONICA A. SOVANO la marca Angel M.Lentes.

En tanto que, ARITAM, que comercializa las marcas Attitud y Maniac, es una firma que tuvo una participación marginal tanto en anteojos de sol como en armazones.

Finalmente, las firmas importadoras<sup>28</sup>, indicaron que “la importación formal de anteojos” está sufriendo medidas como los valores criterio<sup>29</sup> que “se ubican cada vez más por encima de los precios internacionales de esta mercadería”, mientras que “el ingreso ilegal de mercadería en apariencia no tiene ningún tipo de control...<sup>30</sup>”, mercadería que está produciendo “un grave daño generalizado al sector importador...”.

<sup>28</sup> La CAPDEV en una presentación también se refirió a los actuales valores criterio, subfacturación y contrabando, coincidiendo con los dichos de las otras firmas importadoras (fs. 5473 vta.).

<sup>29</sup> Para mayor detalle remitirse al Anexo I: Notas Metodológicas.

<sup>30</sup> A este respecto mencionaron una causa del Juzgado Nacional en lo Penal Económico N° 5, Secretaría N° 10, sito en Av. de los Inmigrantes 1950 2° piso, tramitando bajo Expíe. 11.414 e ingresada el 30 de noviembre de 2012, originada mediante el Expte. AFIP N° 2877/09, sin avances significativos según dichos de los importadores.



Finalmente, los exportadores que participaron en la investigación fueron WENZHOU GUQUAN TRADING y ZHEJIANG KANGCHENG INDUSTRY quienes, según la información brindada sólo son comercializadoras de anteojos.

Las operaciones de dichas firmas representaron, en conjunto, entre el 2% y el 3% del total de las exportaciones chinas a nuestro país. Entre los importadores mencionados precedentemente, fueron clientes de la primera ALFREDO WARSZAWSKI y CHOPTICAL y de la segunda, BRUCK'S y GLASSORAMA.

#### VI.1.b. Características de la demanda en el mercado nacional.

Como se observa en el Esquema N° 1.a y 1.b, los anteojos constituyen bienes de consumo final, por lo que llega al consumidor final a través del comercio minorista. En particular, mientras los armazones se comercializan sólo en ópticas, los anteojos de sol se venden, además, en comercios de indumentaria, kioscos, estaciones de servicio, etc.

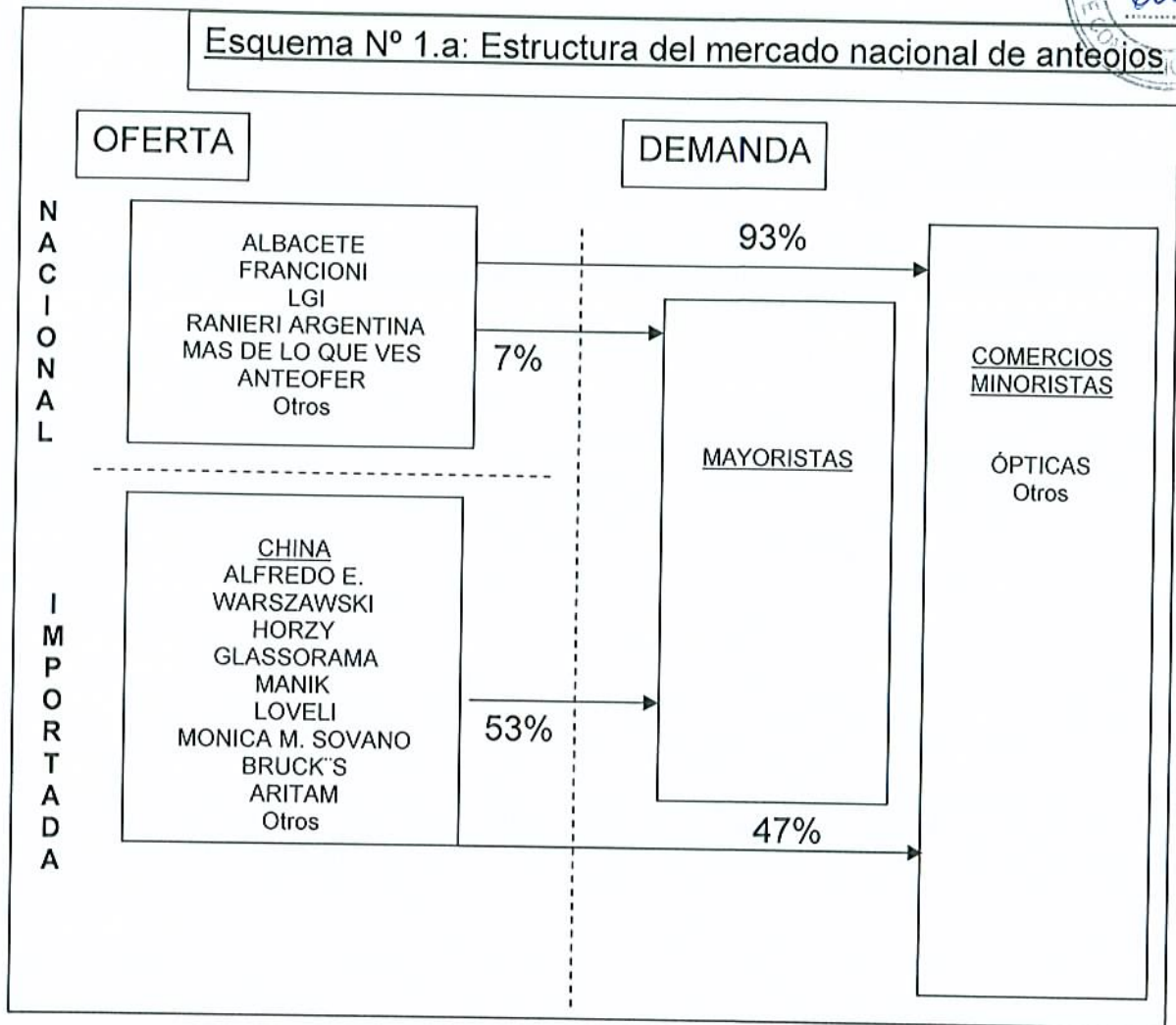
En cambio, respecto de las gafas pregraduadas, tanto los productores como los importadores han planteado la existencia de distorsiones en su comercialización. Así, mientras los productores plantearon la insuficiencia de controles en el cumplimiento de la Ley 17.132, los importadores señalaron la existencia de excesivos controles que derivaron en un incremento del comercio ilegal.

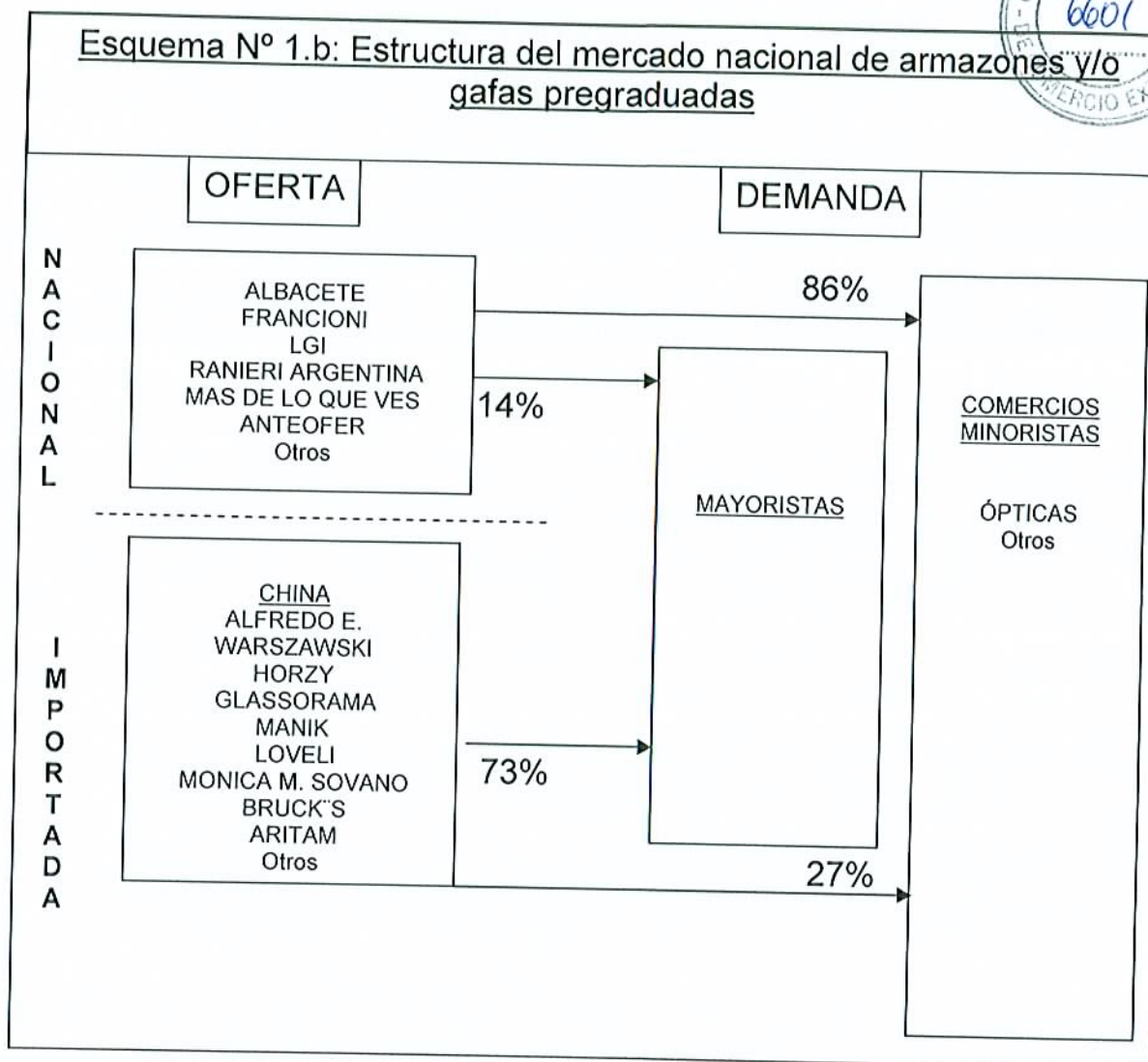
*Handwritten notes in blue ink:*  
A line with a checkmark.  
A large number '6' followed by a checkmark.





Esquema N° 1.a: Estructura del mercado nacional de anteojos





La comparación se realizó a nivel de primera venta, por considerarse este el nivel en que ambos productos competirían el producto nacional y el importado.

### V.2. Dinámica reciente del mercado nacional<sup>39</sup>

Tras la crisis de 2001-2002, el periodo 2003 – 1° trimestre de 2008 se caracterizó por un fuerte incremento en el nivel de actividad, en la inversión y en las exportaciones, recuperación y cambios en la composición de las importaciones, tipo de cambio estable y crecimientos similares en los índices de precios minoristas y mayoristas.

*ausf*

<sup>39</sup> El contenido de este apartado es una presentación de algunos indicadores a modo de contextualizar la evolución del período más reciente y no responde a un estudio exhaustivo con vista a un análisis de daño. Así, en aquellos casos en que el período referido en la mencionada presentación del contexto macroeconómico abarque más allá del período investigado, ello no implicará en modo alguno que se esté ampliando el período considerado para la determinación de daño.



En tanto, hacia el segundo trimestre de 2008 se observa una desaceleración en los ritmos de crecimiento de la economía, profundizada por la crisis financiera internacional iniciada en el segundo semestre del mismo año. Como consecuencia se produce un estancamiento económico durante 2009 que interrumpe la tendencia alcista referida. Sin embargo, en 2010 se observa una recuperación de la actividad retornando, de esta forma, al sendero de crecimiento marcado por la tendencia 2003-2008.

Así, en el período 2003-2008 el PBI experimentó un incremento del 49,8%, con tasas anuales de entre 7% y 9%, mientras que para 2009 el aumento interanual fue sólo de 0,9%. En tanto, en 2010 y los tres primeros trimestres de 2011 se retorna a tasas de crecimiento superiores al 9% (9,2 y 9,4%, respectivamente, con respecto al mismo período del año anterior).

En 2010 el PBI<sup>40</sup> superó en un 47% el nivel máximo histórico registrado hasta 1998<sup>41</sup>. Esta situación se verificó, con diferentes magnitudes, en casi todos los sectores de la economía. Asimismo, si se compara el valor anualizado desestacionalizado del PBI correspondiente a los primeros nueve meses de 2011 con el producto de 1998 el incremento experimentado fue de 59%.

En particular, el PBI industrial mostró un crecimiento del 47,4% en el período 2003-2008, representando así una tasa promedio anual de 9,5%. En 2009, este indicador arrojó una caída de 1% con respecto a 2008, mientras que la variación de 2010 con respecto a 2009 denota un aumento de 9,8%, mientras que en los tres primeros trimestres de 2011, el incremento fue de 12,5% respecto al mismo período del año anterior.

Por su parte, la inversión bruta interna fija (IBIF) creció 142% para el lustro 2003-2008 (28% anual) con una caída interanual de 10% en 2009. En 2010 y los tres primeros trimestres de 2011, el incremento de la IBIF estuvo en torno al 20% con respecto a igual período del año anterior. Así, pasó de representar el 11,3% del PBI en 2002, al 23% en 2010 y 25% en los primeros 9 meses de 2011.

<sup>40</sup> En millones de pesos a precios de 1993.

<sup>41</sup> Año en el que el PBI alcanzó su valor record, sólo superado a partir de 2005.



En lo referido a la Balanza Comercial, se observa para el período de crecimiento 2003-2008 un aumento de 45% en las exportaciones y 167% en las importaciones. En 2009, la contracción del comercio internacional producto de la crisis financiera se vio reflejada a nivel local en una reducción de 6% en las exportaciones y 19% en las importaciones. Al igual que para el resto de las variables comentadas anteriormente, este fenómeno se revirtió en 2010 y los tres primeros trimestres de 2011, aumentando 15% y 3% el total exportado, respectivamente, y 34% y 21% las importaciones.

El tipo de cambio nominal osciló en torno a los \$3 por dólar desde 2003 hasta septiembre de 2008, incrementándose a \$ 3,42 en diciembre de 2008. El promedio para 2009 se ubicó en \$3,73 por dólar lo que representó una depreciación de la moneda nacional de 18% con respecto al promedio registrado el año anterior. En los dos años siguientes el tipo de cambio se incrementó alrededor de 5% en cada año, alcanzando los 4,13 pesos por dólar en 2011.

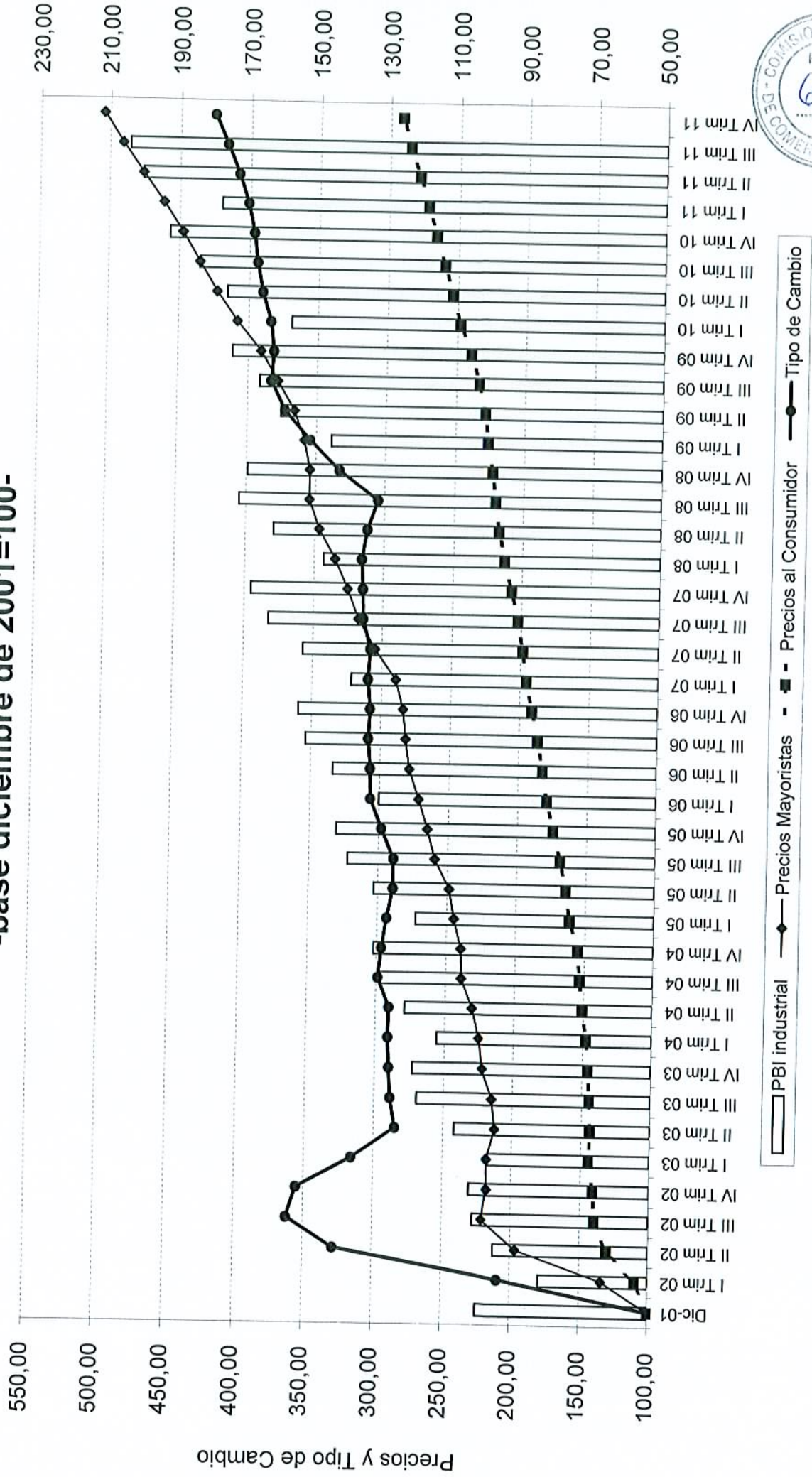
Por último, los precios minoristas (IPC) y mayoristas (IPIM) aumentaron 50% y 60% respectivamente para el período 2003-2008. En 2009 se registró un aumento interanual de 6% en el IPC y 7% en el IPIM. En 2010 los precios para el consumidor crecieron 11% mientras que para los mayoristas el aumento fue de 15%, mientras que en 2011 se registraron incrementos de 10% y 13%, respectivamente.

*Acum*  
*→*

# Gráfico N° 1

## Evolución de precios internos, tipo de cambio y nivel de actividad

-base diciembre de 2001=100-



Fuente: CNCE, sobre la base de información de INDEC y Ministerio de Economía y Finanzas.

*Handwritten signature/initials in blue ink.*



### VI.3. Evolución reciente de la industria de Anteojos

Al analizar como evolucionó la producción relativa<sup>42</sup> de la industria nacional de Anteojos y armazones se observa, tanto a nivel general como sectorial, una importante caída en el año 2009 en comparación con 2008 (25% y 23%, respectivamente) y mejoras, también en ambos casos, para el año 2010 (9% y 12%). Sin embargo, el crecimiento registrado en ese último año no compensó el descenso anterior, en comparación con la evolución general y sectorial de la economía durante el período investigado.

En términos de la producción de Anteojos y Armazones de las empresas del relevamiento, se registraron incrementos a lo largo del período que fueron de entre 4% y 29%. Así, se destaca que estas empresas, representaron entre el 63% y 96% con respecto al total de la producción nacional.

Cabe aclarar que según lo que informara la CADIOA, a lo largo de estos últimos años fueron cerrando un gran número de empresas productoras de anteojos, quedando en la actualidad unas 10 empresas, las que se encuentran utilizando tan solo el 35% de su capacidad instalada. Respecto de las empresas restantes, señaló que un gran porcentaje ha cerrado y el resto se han transformando en importadoras, buscando la subsistencia a toda costa, dejando un gran número de trabajadores fuera del sistema (fs. 452/3).

Adicionalmente la CADIOA informó que "la producción de anteojos requiere de un volumen mínimo para su desarrollo, y nuestro mercado es suficientemente grande no solo para darle la economía de escala<sup>43</sup> necesaria sino también para en un tiempo no muy lejano tomar no solo los mercados de la región sino asistir al gran mercado mundial con diseño y calidad con la que nos hemos destacado y por la cual hemos podido subsistir en pequeños nichos de mercado" y que "si se lograra reactivar el mercado nacional de anteojos, los productores nacionales estarían posibilitados de producir 8.000.000 (ocho millones) de anteojos por año con la maquinaria actual y con no muy grandes inversiones podríamos aun aumentarla considerablemente en el corto plazo" (fs. 452/3).

<sup>42</sup> En relación a la evolución que para el mismo período tuvo el Índice de Volumen Físico (IVF) a "Nivel General" y para el sector de "Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y fabricación de relojes" elaborados por el INDEC.

<sup>43</sup> De acuerdo a los datos presentados en el Cuadro N° 14.a del Anexo I, el consumo aparente del año 2010 de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas alcanzó a poco menos de 8 millones de unidades.



En cuanto al proceso de producción de anteojos es importante señalar que comprende una serie de tareas muy variables en cuanto a complejidad, detalles y nivel tecnológico. Las líneas de producción están compuestas de una gran cantidad de puestos ocupados por personal adiestrado en esas tareas específicas, ya que se trata de una industria de mano de obra intensiva.

En este sentido, se aclaró que si bien la producción nacional, cuenta con la capacidad productiva y el know how del negocio, tuvo que discontinuar la producción de artículos de bajas especificaciones, ya que señaló que es imposible competir con las importaciones objeto de dumping en cuanto a precios. Así, informó que los productos se importan al país a precios muy bajos, en muchos casos ni siquiera alcanzan el valor de la materia prima para producir un antejo provocando que la industria local concentrara su producción en modelos de altas especificaciones y rango de precio alto, teniendo una cuota de mercado muy chica donde competir (RAINERI a fs. 3652 y ANTEOJOS NIVEL UNO a fs. 2297).

Respecto de los segmentos producidos por la industria nacional, WARZAWSKI indicó que "...no hay producción nacional en el segmento de baja calidad, en cuanto a las calidades intermedias y altas se venden a las ópticas a los mismos precios que los productos nacionales" (fs. 4447). Sin embargo, la productora nacional LGI informó que produce o podría producir anteojos de menores especificaciones y costos destinados a sectores de menores recursos. En este contexto, aclaró que poseen dos líneas de producción que en estos momentos se encuentran paradas a causa de la falta de demanda y la falta de una escala mínima de fabricación, propias de la realización de anteojos de sol, plásticos fresados, armazones plásticos inyectados y armazones plásticos fresados (fs. 1536/7). Según la información aportada por LGI la productora señaló que estaría en la actualidad en condiciones de producir anteojos orientados al segmento de obras sociales, dado los costos presentados para algunos modelos que tendrían valores cercanos a los que figuran en las licitaciones del PAMI.

Por otro lado, las ventas del relevamiento, tuvieron una evolución distinta a la producción, ya que registraron una caída en el año 2009 (6%), una mejora en el año siguiente (10%) y una nueva caída en el periodo Enero / Marzo de 2011 en relación a igual periodo del año anterior.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



Los precios corrientes de los productos representativos en casi todos los casos<sup>44</sup> registraron incrementos de entre 1% y 89%.

Las comparaciones de precios arrojaron subvaloraciones para todos los productos representativos alcanzando un máximo de 95% para el caso de las gafas pregraduadas de plástico. Solamente en el caso de los armazones de metal sin marca, al considerar los precios máximos de las empresas importadoras (años 2008 y 2009) y la información brindada por la firma HORZY para el producto representativo armazones de plástico fresado se registraron sobrevaloraciones<sup>45</sup> (años 2008 y 2009). Cabe comentar que en todas las estructuras de costos promedios para el último completo (2010) la rentabilidad de todos los tipos considerados anteojos de sol y armazones es inferior a la considerada como razonable por la CNCE para este sector.

Las importaciones objeto de investigación registraron su nivel máximo en 2008, superando los 11,5 millones de unidades para luego caer 21% en 2009 y 24% en 2010, registrando una suba en el final del periodo analizado del 20%. Por otro lado las importaciones originarias de China nunca fueron inferiores al 95% del total importado, teniendo en cuenta a los Anteojos de sol, los armazones y las gafas pregraduadas.

Las importaciones desde los orígenes no investigados promediaron las 250 mil unidades en 2008 y 2009 para alcanzar un máximo de casi 400 mil unidades en 2010, creciendo así un 64% con respecto al año anterior.

Respecto del aumento de las importaciones, la CADIOA señaló que el cierre de numerosas líneas de producción, la transformación de fabricantes a importadores, y la imposibilidad de competir con los precios de importación ha generado que la mano de obra empleada, haya disminuido en los últimos años hasta alcanzar una mínima expresión (fs. 452/3). Sin perjuicio de ello, la Cámara agregó que las empresas que tienen sus puertas cerradas con toda la maquinaria instalada y que cuentan con tecnología que les permitiría retomar la producción en forma inmediata<sup>46</sup>.

<sup>44</sup> Sólo los armazones de plásticos (de acetato fresado con patillas Flex con marca propia) registraron una caída del 3% en 2009 en relación a 2008.

<sup>45</sup> Entre 13-14%.

<sup>46</sup> Para más detalle ver Sección Distintos Argumentos de Daño del presente Informe.





Debido a la retracción de la demanda de anteojos de sol, armazones y gafas, se observa que la industria nacional estaría en condiciones de satisfacer al mercado que fue algo superior a los 7,7 millones de unidades.

Respecto del consumo aparente, las partes señalan que el mismo estaría subestimado debido a la presencia de importaciones no registradas (contrabando). Así, se menciona que el éste es el mayor problema que existe, tanto para los importadores como para la Industria Nacional, debido a que algunos de estos productos se comercializan con marcas internacionales (Ray Ban) y sin UV, en el caso de los anteojos de sol. Así el importador SOVANO a fs. 4501/02 informó que el 70% de la venta de Anteojos de Sol y el 90% de la venta de las Gafas Pregraduadas, es absorbida por la venta ilegal, con un costo 3 veces menor al de los importadores. Respecto de las gafas pregraduadas, señaló que el riesgo es mayor dado que son consideradas como un producto médico clase 1<sup>47</sup>. Finalmente, de acuerdo a un informe de la CIRA el volumen de contrabando de anteojos de sol y pregraduados alcanza a no menos de 7.000.000 de unidades anuales. Así, se estima que el volumen total del mercado argentino -formal e informal- es de 17.000.000 de unidades al año" (fs. 5014/5).

En el referido contexto nacional y sectorial, los estados contables de las firmas productoras muestran, como se observa, evoluciones disímiles, aunque de un análisis consolidado surge lo siguiente:

	RANIERI	LGI	ALBACETE	ANTEOFER	NIVEL UNO
Indicadores de rentabilidad	Incrementaron	Decrecieron	Incrementaron	Decrecieron	Decrecieron
Indicadores de liquidez	Incrementaron	Incrementaron	Decrecientes pero altos	Decrecieron	Incrementaron
Indicadores de endeudamiento	Estables y bajos	Decrecieron	Incrementaron pero bajos	Incrementaron	Decrecieron

Del análisis del Cuadro consolidado de Estados Contables surgen decrecimientos en los niveles de rentabilidad, incrementos en los indicadores de liquidez y menores indicadores de endeudamiento.

<sup>47</sup> A este respecto remitirse a lo consignado en el acápite VIII de la Sección IV- Producto Similar Nacional.



En tanto, de las cuentas específicas de armazones y anteojos de sol de RANIERI surgen incrementos en la contribución marginal, mejoras en los resultados y, por ende, incrementos en la relación ventas/ punto de equilibrio, que entre 2010 y 2011 pasó a ser positiva.

Por último, las cuentas específicas de armazones y anteojos de sol de LGI registraron incrementos en contribución marginal y en los resultados, aunque con importantes diferencias cualitativas en la relación ventas / punto de equilibrio.

#### VI.4. Mercado Internacional<sup>49</sup>

Como se observa en las Tablas VI.1a VI.8, el comercio mundial de anteojos fue, en 2011, superior a los 11 mil millones de dólares FOB, de los cuales menos alrededor de 4,5 mil millones correspondieron a anteojos de sol, un monto similar a armazones y algo más de 2 mil millones a gafas pregraduadas. De dichos guarismos se desprende que el mercado argentino resulta un actor marginal del mercado mundial, con importaciones anuales del orden de los 18,5 millones de dólares FOB y exportaciones de unos 3 millones de dólares FOB.

En cuanto a las exportaciones mundiales de anteojos, dichas tablas muestran que, ya sea en su conjunto como desagregada entre anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas, se concentra en más del 90% entre no más de diez países, mientras que las importaciones muestran una concentración relativamente menor, ya que entre los principales diez país se acumula alrededor del 70% del total mundial.

En particular, China<sup>50</sup> e Italia fueron, en 2011, los principales exportadores mundiales, tanto del total de anteojos (66% del total mundial, en conjunto), como de anteojos de sol (74%), armazones (63%) y gafas pregraduadas (54%). En particular, China fue el principal exportador de armazones (41%) y gafas pregraduadas (50%), mientras que Italia fue el mayor exportador mundial de anteojos de sol (44%). Entre los principales exportadores también se encuentran Estados Unidos, Alemania, Francia, República de Corea, Japón y el Reino Unido.

<sup>49</sup> Para este apartado se utilizaron, a título ilustrativo, datos estadísticos fuera del período de investigación

<sup>50</sup> La información obtenida del COMTRADE de las Naciones Unidas, incluye a Honk Kong en los datos correspondientes a China.



En cambio, Estados Unidos resultó claramente el mayor importador, tanto del conjunto de anteojos (24% del total mundial), como de anteojos de sol (22%), de armazones (27%) y de gafas pregraduadas (23%). Entre los principales importadores mundiales, aunque con participaciones en todos los casos inferiores al 10%, se destacan China, Francia, Italia, Alemania, reino Unido, Japón y Canadá.

En particular, la producción de anteojos de China fue en el período considerado de unos 1.200 millones de unidades anuales de anteojos de sol, unos 400 millones de armazones y más 1.300 millones de gafas pregraduadas, es decir un total de cerca 3.000 millones de unidades anuales, de las cuales más del 70% se destinan al mercado de exportación.

Dicha producción se encuentra fuertemente atomizada. Así, los exportadores que participaron de esta investigación participaron en menos del 1% de las exportaciones totales de China y entre el 2% y 3% de las operaciones con nuestro país.

Más allá del origen investigado, a nivel mundial se destaca el grupo Luxottica de origen italiano, que es líder en los segmentos premium, de lujo y de sol, que comercializa en 130 países marcas como Oakley, Vogue, Persol, Oliver Peoples, Arnette, REVO, Bulgari, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Prada, Tiffany y Versace y cadenas como LensCrafters, Pearle Vision and ILORI, OPSM y Laubman & Pank. El grupo posee seis plantas industriales en Italia, dos en China y una en Estados Unidos; en 2010 realizó ventas netas por 5,8 mil millones de euros. Además, es propietario de la firma brasileña TecnoL, con planta industrial en Campinas, Brasil, que realizó ventas netas, en 2010, por 90 millones de euros, de anteojos de marcas como Platini, Jean Monnier y TecnoL.

*ausf*

*[Handwritten signature]*

**Tabla VI.1****Exportaciones mundiales de anteojos de sol en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
Italia	2.208	44%	44%
China (incl. Hong Kong)	1.476	30%	74%
Estados Unidos	346	7%	81%
Francia	171	3%	84%
Alemania	163	3%	88%
Japón	115	2%	90%
Reino Unido	100	2%	92%
Resto	405	8%	100%
<b>Total</b>	<b>4.984</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Argentina: 1,2 millones = 0,025%

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

**Tabla VI.2****Importaciones mundiales de anteojos de sol en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
Estados Unidos	943	22%	22%
Austria	90	2%	24%
España	112	3%	26%
Canadá	175	4%	31%
Reino Unido	179	4%	35%
Japón	209	5%	39%
Alemania	321	7%	47%
Francia	395	9%	56%
China (incl. Hong Kong)	420	10%	66%
Italia	448	10%	76%
Resto	1.031	24%	100%
<b>Total</b>	<b>4.325</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

Audi

**Tabla VI.3****Exportaciones mundiales de armazones en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
China (incl. Hong Kong)	1.787	41%	41%
Italia	955	22%	63%
Alemania	249	6%	69%
Francia	244	6%	75%
Estados Unidos	166	4%	79%
Japón	152	4%	82%
Austria	135	3%	85%
Rep. de Corea	110	3%	88%
Dinamarca	76	2%	90%
Rep. Checa	61	1%	91%
Resto	392	9%	100%
<b>Total</b>	<b>4.327</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

**Tabla VI.4****Importaciones mundiales de armazones en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
Estados Unidos	1.251	27%	27%
Francia	362	8%	35%
China (incl. Hong Kong)	360	8%	42%
Italia	287	6%	49%
Alemania	263	6%	54%
España	203	4%	59%
Reino Unido	194	4%	63%
Japón	144	3%	66%
Canadá	143	3%	69%
Australia	138	3%	72%
Resto	1.303	28%	100%
<b>Total</b>	<b>4.648</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

**Tabla VI.5****Exportaciones mundiales de gafas pregraduadas en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
China (incl. Hong Kong)	1.061	50%	50%
Estados Unidos	183	9%	59%
Rep. de Corea	163	8%	67%
Alemania	145	7%	74%
México	80	4%	77%
Reino Unido	79	4%	81%
Francia	78	4%	85%
Italia	77	4%	89%
Tailandia	59	3%	91%
Bélgica	35	2%	93%
Resto	147	7%	100%
<b>Total</b>	<b>2.106</b>	<b>100%</b>	<b>93%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

**Tabla VI.6****Importaciones mundiales de gafas pregraduadas en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
Estados Unidos	522	23%	23%
China (incl. Hong Kong)	208	9%	33%
Reino Unido	157	7%	40%
Alemania	142	6%	46%
Australia	122	5%	52%
Rep. de Corea	110	5%	57%
Japón	106	5%	61%
Francia	98	4%	66%
Canadá	94	4%	70%
Italia	77	3%	73%
Resto	593	27%	100%
<b>Total</b>	<b>2.229</b>	<b>100%</b>	<b>73%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

ausf  
6

**Tabla VI.7****Exportaciones mundiales de anteojos en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
China (incl. Hong Kong)	4.324	38%	38%
Italia	3.239	28%	66%
Estados Unidos	681	6%	72%
Alemania	557	5%	77%
Francia	493	4%	81%
Rep. de Corea	273	2%	84%
Japón	267	2%	86%
Reino Unido	179	2%	88%
Resto	1.404	12%	100%
<b>Total</b>	<b>11.417</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

**Tabla VI.8****Importaciones mundiales de anteojos en 2011***en millones de dólares fob*

País	Miles de dólares FOB	Participación porcentual	
		Individual	Acumulada
Estados Unidos	2.716	24%	24%
China (incl. Hong Kong)	988	9%	33%
Francia	856	8%	41%
Italia	812	7%	48%
Alemania	727	6%	54%
Reino Unido	530	5%	59%
Japón	458	4%	63%
Canadá	413	4%	67%
Resto	3.702	33%	100%
<b>Total</b>	<b>11.201</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNCE sobre la base de datos de COMTRADE, Naciones Unidas.

*ans*

*6*

Finalmente, se observa que Brasil ha aplicado en octubre de 2007 derechos antidumping por cinco años a las importaciones originarias de China de armazones con o sin lentes, consistente en un derecho específico de US\$ 270,56/kg, hasta un monto máximo de US\$ 4,87/unidad y limitado a aquellos productos con precio CIF inferior a los US\$ 10,00/unidad. Además, se excluyen expresamente de la medida los anteojos de protección individual (de seguridad, soldadura y laboratorio), los de uso deportivo para natación, buceo, esquí y pesca, los anteojos para visualización de películas en 3D y los de maquillaje.



*amf*

*6*





**ANEXO I:**  
**NOTAS METODOLÓGICAS**  
**Y**  
**CUADROS ESTADÍSTICOS**

*Handwritten signature and mark*



## NOTAS METODOLÓGICAS<sup>1</sup>

### Consideraciones Generales:

El producto analizado es "Anteojos de sol, armazones para anteojos y gafas (anteojos) correctoras o pregraduadas"<sup>2</sup> originarios de China.

El período objeto de investigación incluye los años completos 2008 – 2010 y el período enero-marzo 2011.

El presente anexo está basado en las respuestas al Cuestionario para el Productor, Exportador e Importador de las empresas parte de la investigación, los informes de verificación y fuentes oficiales de información.

Con respecto a las empresas productoras nacionales, se consideraron como relevamiento a las firmas ALBACETE<sup>3</sup>, FRANCONI<sup>4</sup>, LGI<sup>5</sup>, y RANIERI ARGENTINA<sup>6</sup>, quienes respondieron en forma completa el mencionado Cuestionario, mientras que otras empresas productoras que respondieron el Cuestionario en forma parcial fueron incluidas dentro de la categoría "resto".

Según la información aportada por la Cámara Argentina de Industrias Ópticas y Afines –CADIOA- y las respectivas empresas, el relevamiento explicó entre el 63% y el 96% de la producción nacional del producto objeto de análisis durante el período investigado.

<sup>1</sup> En asteriscos se presenta información de carácter confidencial.

<sup>2</sup> En adelante se hará referencia al producto similar como "anteojos de sol", "armazones" y "gafas pregraduadas", respectivamente, según corresponda, o como "anteojos de sol y armazones" en forma agregada.

<sup>3</sup> Fabrica de armazones y anteojos de sol, con planta de producción propia ubicada en Carlos Spegazzini, Partido de Ezeiza. Inaugurada en el año 2009. (fs. 1396). Comercializa la marca MORMALI (fs. 1407).

<sup>4</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Se dedica a la fabricación y venta de armazones para anteojos. Comenzó sus actividades en septiembre de 1984. (fs. 2106). Comercializa las marcas FRANCONI, FEDRA, ROUTE 66, ROBERTO PIAZZA SYMBOL, ALESSIO y REGAARD (fs. 2115).

<sup>5</sup> Empresa ubicada en Villa Lynch, San Martín, Provincia de Buenos Aires. Se dedica a la fabricación de armazones para anteojos y anteojos de sol. Comenzó sus actividades en octubre de 2001. (fs. 1534). Comercializa las marcas UNION PACIFIC, TIFFANY, PAUL RIVIERE, LOGRITOS y LOGROS GOLD. (fs. 1545).

<sup>6</sup> Empresa ubicada en Villa Maipú, Provincia de Buenos Aires. "Ranieri Argentina" es una empresa dedicada al diseño, producción, distribución y comercialización de armazones oftálmicos y anteojos de sol de hombre y mujer. RANIERI comienza sus actividades en 1974, en el año 1980 se inician las actividades bajo el nombre de RANIERI SRL, consolidándose como RANIERI Argentina en el año 1998. Posee una planta controlada en Paraguay. (fs. 3625). Comercializa las marcas REEF, WRANGLER, OSSIRA, METANO, WANAMA, COOK, MANGO, PHILIPPE ROSSET y VALERIA MAZZA (fs. 3636).



La información se presenta en forma agregada, considerando el producto investigado en forma conjunta, y de manera desagregada, es decir: anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas. Cabe mencionar que en algunos casos tal desagregación no es posible, como se podrá observar en los apartados correspondientes.

Asimismo, los artículos considerados como representativos corresponden a distintos tipos de anteojos de sol y armazones. Al respecto, cabe mencionar que no se contó con información de todos los tipos solicitados en los Cuestionarios. En los apartados "precios" y "comparación de precios" se presentará un detalle de la información disponible.

A continuación se detallan las fuentes de información, cálculos y metodologías utilizadas por esta CNCE en la confección de los Cuadros Estadísticos correspondientes a los anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas.

El resultado de las verificaciones respecto de la información presentada por los productores e importadores se expone en forma sintética en la siguiente tabla:

Tabla N° A.1.1  
 Resultados de las Verificaciones

Variable	Empresa		Resultado
	LGI	Productor	
Proceso productivo	LGI	Productor	Fue verificado.
	Ranieri	Productor	Fue verificado.
Producción	LGI	Productor	No fue posible verificar producción, puesto que no se contaba con el respaldo documental.
	Ranieri	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa
Capacidad de producción	LGI	Productor	No fue verificada (ver informe de verificación correspondiente).
	Ranieri	Productor	No fue verificada (ver informe de verificación correspondiente).
Ventas al mercado interno	LGI	Productor	No fue posible verificar ventas, puesto que no se contaba con el respaldo documental.
	Ranieri	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa



Precios	LGI	Productor	No fue posible verificar precios, puesto que no se contaba con el respaldo documental.
	Ranieri	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa
Exportaciones	LGI	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa
	Ranieri	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa
Personal ocupado y masa salarial	LGI	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa
	Ranieri	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa
Costos unitarios y totales	LGI	Productor	Los insumos nacionales e importados de armazones y anteojos informados en los costos unitarios se encuentran respaldados por la documentación correspondiente. El resto de los componentes de costos no pudo ser verificado.
	Ranieri	Productor	No fue posible constatar los costos unitarios y totales ya que la firma no contaba con la totalidad de los soportes documentales
Importaciones	Ranieri	Productor	Los valores verificados son consistentes con los informados oportunamente por la empresa (ver informe de verificación correspondiente).
Costos de nacionalización	Brucks	Importador	La información suministrada se encuentra respaldada por la documentación correspondiente
	Horzy	Importador	En función de la verificación, se procedió a recalcular los costos de nacionalización hasta depósito del importador
	Warszawski	Importador	En función de la verificación, se procedió a recalcular los costos de nacionalización hasta

*Handwritten signature/initials*



			depósito del importador.
	Manik	Importador	La información suministrada se encuentra respaldada por la documentación correspondiente
Precios al mercado interno	Brucks	Importador	No fue posible verificar los precios al mercado interno de armazones y anteojos
	Horzy	Importador	No fue posible verificar los precios al mercado interno de armazones y anteojos
	Warszawski	Importador	No fue posible verificar los precios al mercado interno de armazones y anteojos
	Manik	Importador	La información suministrada se encuentra respaldada por la documentación correspondiente
Ventas	Warszawski	Importador	No fue posible verificar las ventas al mercado interno de armazones y anteojos
Existencias	Manik	Importador	No fue posible verificar las existencias al mercado interno de armazones y anteojos

Fuente: Informes GI-GN/VERIF N°: 30/12 al 35/12.

Consideraciones de las partes respecto de los informes de verificación.

En oportunidad de sus consideraciones finales la CAPDEV indicó que "la falta de respaldo documental a las manifestaciones realizadas por las peticionantes, constituye ausencia probatoria del supuesto daño provocado por las importaciones desde China" por lo tanto "no puede seguir pidiéndose al Estado que salga en apoyo de quienes no saben resolver sus problemas de productividad y competencia por sí mismos..." (fs. 6148 vta. y 6149), mencionando las siguientes situaciones:

- 1) la información de FRANCIONI fue imposible de constatar (fs. 6147).
- 2) Exportaciones de ALBACETE, LGI y RANIERI para el año 2008 y el período enero marzo de 2011, para armazones (inconsistencias detectadas por la CNCE)<sup>7</sup> (fs. 6147 vta.).
- 3) Existencias de anteojos de sol y armazones de fs. 5952/4<sup>8</sup>.
- 4) Recalculo de capacidad de producción de LGI<sup>9</sup>(fs. 6148).

<sup>7</sup> Al respecto, se señala que la firma ALBACETE no fue verificada, en tanto las importaciones informadas por LGI y RANIERI no presentaron, al momento de la verificación, diferencias con lo informado oportunamente por las empresas. Con relación a la metodología de verificación se señala que consiste en un muestreo de información.

<sup>8</sup> Respecto de las existencias, cabe señalar que las mismas no integraron el listado de indicadores a verificar. Para mayores detalles, ver Anexo I- Notas Metodológicas (fs. 5899).

<sup>9</sup> Al respecto, cabe señalar que los resultados de las verificaciones efectuadas a las firmas productoras LGI y RANIERI obran en los Informes Técnicos GI-GN/VERIF N° 32/12 y 35/12, obrantes a fs. 6060/8 y 6075/82.

*aus!*  
*gs*

Cuadros N° 1.a.1, 1.a.2, 1.b.1, 1.b.2, 1.c.1 y 1.c.2: Producción y producción relativa

La CADIOA informó la producción nacional de las empresas que conforman la rama de producción de los anteojos de sol y armazones (fs. 403, 3597 y 4046), mientras que las empresas del relevamiento hicieron lo propio con su producción a fs. 1426/7 (ALBACETE), 2145/6 (FRANCIONI), 1567 y 4181 (LGI) y 3666/7 (RANIERI).

Cabe mencionar que se estimó la producción de la empresa LGI para el período enero-marzo 2010, a partir de la proporción que presentaron las otras empresas del relevamiento, entre los datos de los años 2010 y de dicho período. Asimismo, la producción nacional de anteojos de sol y de armazones, de manera desagregada, fue estimada considerando la proporción entre anteojos de sol y armazones en la producción del relevamiento.

De acuerdo a lo informado por la CADIOA y a las distintas respuestas a los Cuestionarios para el Productor, entre el resto de las empresas productoras se encuentran las firmas ANTEOFER S.A.<sup>10</sup>; ANTEOJOS NIVEL UNO S.R.L.<sup>11</sup>; CHOPTICAL S.A.<sup>12</sup>; DALMETAL S.R.L.<sup>13</sup>; D'LONG; FEDON<sup>14</sup>, AMERICAN NEW VISION, EUROLENT S.R.L., LIONTI, MAS DE LO QUE VES S.R.L.<sup>15</sup>, ORBITAL INTERNACIONAL S.R.L.<sup>16</sup>, entre otros (fs. 8, 1926).

Las empresas MAS DE LO QUE VES (fs. 3545/6) y ANTEOFER (fs. 2044) presentaron datos sobre producción, los que se muestran en la tabla siguiente. En

<sup>10</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación de anteojos de sol en 1977. La empresa no posee vínculos financieros o contractuales con cualquier otra empresa que estén relacionados con la producción, ventas, licencias, certificados, etc. de anteojos de sol y/o armazones (fs. 2031). Posee licencia para la fabricación de las marcas IBIZA, FERMANI, SONDER, MAD y SENSE (fs. 2031).

<sup>11</sup> Empresa ubicada en Morón, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación armazones para anteojos y anteojos de sol en 2004 (fs. 2273). Posee licencia para la fabricación de las marcas Via Vai, Fus Usa y Joy. (fs. 2283).

<sup>12</sup> Esta firma produce anteojos de sol y armazones bajo las marcas Muaa, Garfield, Tascan, Caro Emanuel y Pierre Cardin (fuente: [www.chopti.com.ar](http://www.chopti.com.ar)). Se encuentra ubicada en la Provincia de Buenos Aires. Fecha de consulta 13/07/2011.

<sup>13</sup> Empresa con más de 18 años en el mercado nacional, comenzó en sus inicios como fabricante y exportador a todo el sur y centro América. Hoy es una empresa de fabricación ciento por ciento nacional. Produce en su planta industrial más de 120.000 armazones por año. Se especializa en la producción de armazones de receta y lanzó hace unos años las líneas de sol Onix, Ken Brisk y Fantasy (fuente: <http://www.dalmetalsrl.com.ar> <http://www.ciudadoptica.com/co/proveedores/institucional/dalmetal.htm> <http://exiinformes.nosis.com.ar/Exiinformes/agentes/DALMETAL-SRL-30708470283-Granaderos-A-Caballo-4544-1665-Jose-C-Paz-Buenos-Aires-Argentina-24425-PT.aspx>. Fecha de consulta: 18/07/11).

<sup>14</sup> Empresa ubicada en Ciudadela, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación de armazones para anteojos y anteojos de sol en 1975, y no posee vinculaciones financieras y/o contractuales (fs. 1282). Posee licencia para la fabricación de las marcas CRUISER, RODEGHER, FEDON y ZF (fs. 1291).

<sup>15</sup> Empresa ubicada en San Martín, Provincia de Buenos Aires. Comenzó sus actividades de fabricación armazones para anteojos y anteojos de sol en 1992. Se trata de una empresa Pyme familiar, no posee vinculaciones ni subsidiarias (fs. 1304).

<sup>16</sup> Empresa que comercializa anteojos de sol, armazones y productos para la nieve (fuente: <http://www.orbitalvirtual.com>, fecha de consulta: 18/07/11).



este sentido, ANTEOFER informó que su producción es para terceros<sup>17</sup> mientras que MAS DE LO QUE VES informó que su producción es propia (fs. 3545).

Tabla N° A.I.2

Datos de Producción adicional de anteojos de sol y armazones

a. Producción (en unidades)

Año	Empresas				Resto	Total Nacional
	Relevamiento	MAS DE LO QUE VES	ANTEOFER	Subtotal		
2008	411.858	10.245	40.600	462.703	192.355	655.058
2009	427.990	7.581	17.550	453.121	40.655	493.776
2010	553.115	5.593	11.250	569.958	50.042	620.000
Ene-mar 10	117.211	0	0	104.575	s/d	155.000
Ene-mar 11	143.494	1.955	1.000	146.449	3.551	150.000

b. Participación porcentual

Año	Empresas				Resto	Total Nacional
	Relevamiento	MAS DE LO QUE VES	ANTEOFER	Subtotal		
2008	63	2	6	71	29	100
2009	87	2	4	92	8	100
2010	89	1	2	92	8	100
Ene-mar 10	76	0	0	76	s/d	100
Ene-mar 11	96	1	1	98	2	100

Nota: Cabe mencionar que no se presenta el dato para el "resto" correspondiente a enero-marzo 2010 por no contarse con información parcial para este período.

Fuente: CNCE, sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

*Handwritten signature and initials in blue ink.*

<sup>17</sup> ANTEOFER, en su respuesta al Cuestionario para el Productor, informó que produce Armazones para la firma FALCONE, BODETTO Y DOTTI S.A. y Anteojos de sol para las empresas FORTUNA COM E FRANQUICIAS LTDA., PHI S.A., EXPOVISION S.R.L., MASSARDI GABRIEL EDUARDO y LOPEZ FERNANDO OSCAR. Asimismo, cabe mencionar que las marcas Mad y Sense son producidas para terceros y la empresa no cuenta con licencia para su comercialización.



Cuadros N° 2.a.1, 2.a.2, 2.b.1, 2.b.2, 2.c.1 y 2.c.2: Ventas al mercado interno e ingreso medio por ventas:

Las ventas al mercado interno, en volúmenes y valores, fueron informadas por las empresas del relevamiento a fs. 1426/9, 1567, 1569/70, 2145/8, 3666/9, 4181. De acuerdo a los resultados de la verificación expuestos en la Tabla A.I.1, las ventas de Ranieri fueron relevadas durante la verificación, debido a que las informadas en el Cuestionario para el productor incluían tanto ventas de producto nacional<sup>18</sup>, como de producto importado (fs. 5706/09)<sup>19</sup>.

El ingreso medio por ventas se calculó como el cociente de las ventas totales, las de anteojos y las armazones, en valores y en unidades.

Al respecto, se observa un ingreso medio "atípico" en el caso de la empresa ALBACETE, para el período enero-marzo 2011. La empresa ratificó, a fs. 3285, los datos proporcionados, mencionando que debido a la estacionalidad en la producción y venta de este producto, "*esa información puede ser marginal y no representativa*".

Cabe mencionar que la empresa MAS DE LO QUE VES informó ventas sólo en valores, las que no fueron incluidas en el respectivo cuadro (fs. 1340, 1342).

Cuadros N° 3.a, 3.b y 3.c: Exportaciones y coeficientes de exportación

Las firmas del relevamiento informaron sus exportaciones para el período objeto de análisis (fs. 1426/7, 2145/6, 1567, 4181 y 3666/7); las exportaciones totales son de fuente DGA, considerando las exportaciones del resto de la industria como la diferencia entre las exportaciones totales y las informadas por las empresas ALBACETE, FRANCONI, LGI y RANIERI como propias<sup>21</sup>. Cabe mencionar que no se consideraron las re-exportaciones para el cálculo del total nacional.

Por otra parte, si bien al considerar el producto bajo análisis en su conjunto no se detectan inconsistencias entre los datos de fuente DGA y los aportados por las empresas del relevamiento, al observar en forma desagregada los datos de armazones, se detectaron inconsistencias entre el total de exportaciones de fuente

<sup>18</sup> La producción de esta empresa incluye productos elaborados a partir de semielaborados importados.

<sup>19</sup> Las ventas de producto importado figuran erróneamente bajo el título "Ventas de producción encargada a terceros".

<sup>21</sup> La información presentada por estas firmas no pudo ser corroborada en la base de exportaciones DGA debido a que el nombre del exportador tiene carácter confidencial.





DGA y los datos que aportaron las empresas, siendo mayor estos últimos, en 2008 y en el período enero-marzo 2011. Al respecto, estas diferencias pueden deberse a diferencias temporales al momento de oficializar o declarar las operaciones. De todas formas, según surge de los respectivos informes de verificación, los datos aportados por las empresas en los cuestionarios para el productor, no presentaron diferencias con la documentación respaldatoria.

Los coeficientes de exportación fueron calculados como el cociente entre las exportaciones y la producción correspondiente (Cuadros N° 1 y 3). Al respecto, para las exportaciones del resto, en los años 2008 y enero-marzo 2011 se presentan datos contradictorios, debido a las inconsistencias anteriormente mencionadas.

#### Cuadros N° 4.a, 4.b y 4.c: Existencias

Los datos de existencias en unidades a fines de diciembre, de cada año, y marzo de 2010 y 2011, de las empresas del relevamiento fueron informadas por las mismas a fs. 1426/7, 2145/6, 1567, 4181 y 3666/7. Cabe mencionar que las existencias fueron recalculadas en función de las variaciones de existencias registradas en cada periodo, en función de la producción, las ventas y las exportaciones (variables que fueron verificadas).

Las relaciones existencias/ventas, en meses de venta promedio, fueron calculadas como el cociente entre las existencias y las ventas mensuales promedio en unidades.

#### Cuadro N° 5: Capacidad de producción y Grado de utilización

La capacidad de producción de las firmas del relevamiento fueron suministradas a fojas 1434 (ALBACETE), 2153 (FRANCIONI), 1575 (LGI) y 4093 (RANIERI), mientras que la capacidad de producción nacional fue informada por la CADIOA a fs. 439, 1426 y 3513. La capacidad de producción correspondiente al resto de las empresas productoras fue calculada como la diferencia entre la capacidad de producción nacional y la de las mencionadas empresas.

En el caso de FRANCIONI, la empresa informó haber considerado para el cálculo de la capacidad de producción máxima una jornada de tres turnos (fs. 2133), mientras que ALBACETE informó haber considerado dos turnos para el cálculo de la

*Handwritten signature in blue ink.*



capacidad máxima del último año completo analizado -2010- (fs. 3285), al igual que RANIERI (fs. 4602). Por último, LGI informó, a fs. 1537, haber considerado sólo un turno de trabajo. En este sentido, se estimó la capacidad máxima de producción de ALBACETE, RANIERI y LGI a 3 turnos. Para tal estimación, se multiplicó, en los dos primeros casos, la capacidad informada por 1.5, mientras que en el caso de LGI, se multiplicó por 3. En todos los casos se consideró un rendimiento lineal.

Asimismo, cabe mencionar que, en el caso de la empresa RANIERI, se recalcularon los datos de capacidad correspondientes a los períodos enero-marzo de 2010 y 2011 atento a que la firma informó no haber tenido variaciones en su capacidad durante el período analizado (fs. 3646). Los datos correspondientes a los mencionados períodos de la firma FRANCONI también fueron recalculados, ya que la empresa confirmó que lo informado correspondía a un mes y no al trimestre (fs. 3600). En el mismo sentido, en el caso de la empresa LGI se recalcularon ya que la misma informó para estos períodos la capacidad anualizada.

Con respecto a la verificación de la capacidad de producción en las empresas LGI y RANIERI cabe mencionar que, si bien no contaban con la documentación respaldatoria para proceder a la verificación completa, se podría concluir que la capacidad máxima informada por cada empresa sería factible de alcanzar, según surge de los respectivos informes de verificación.

Por otra parte, ANTEOJOS NIVEL UNO y FEDON proporcionaron datos de capacidad de producción, los que se presentan en forma desagregada a continuación:

Tabla N° A.1.3

Datos de capacidad de producción de armazones

En unidades, correspondiente al período enero-marzo 2011 anualizado.

Empresa	Plástico inyectado	Plástico fresado	Metal	Total
ANTEOJOS NIVEL UNO	100.000	100.000	50.000	250.000
FELDON	140.000	12.000	100.000	252.000

Fuente: Información obrante en el expediente de referencia (fs. 3501, 2300).

El grado de utilización de la capacidad de producción fue calculado, en cada caso, como el cociente entre la producción de anteojos de sol y armazones (Cuadro N° 1.a.1) y la correspondiente capacidad de producción, multiplicado por cien.



#### Cuadro N° 6: Indicadores de empleo

La información sobre el nivel de empleo y la masa salarial correspondiente, fue suministrada por las firmas del relevamiento a fs. 1435 y 3285 (ALBACETE), 2154 (FRANCIONI), 1577 (LGI) y 4094 (RANIERI).

Con respecto a la masa salarial de la firma RANIERI, durante la verificación se observó que incluía la suma correspondiente al Salario Anual Complementario, por lo que se procedió a estimar el correspondiente salario medio mensual, descontando dicha suma de los periodos anuales. Según surge de los respectivos informes de verificación, el resto de la información sobre empleo y masa salarial fue verificada tanto para la firma LGI como para la firma RANIERI.

El salario medio del área de producción fue calculado como el coeficiente entre la masa salarial y el nivel de empleo.

El producto medio físico del empleo ha sido calculado como el cociente entre la producción (Cuadros N° 1) y el personal del área de producción de Anteojos de sol y armazones.

Asimismo, cabe aclarar que, en la etapa de preapertura, la CADIOA informó que la caída del empleo de sus empresas asociadas fue del 17,8% entre 2005 y 2009 (fs. 19).

#### Cuadros N° 7: Estructuras de costos

Las empresas productoras LGI, RANIERI y ALBACETE<sup>22</sup> suministraron estructuras de costos de armazones y anteojos de sol, de distinto material, en pesos por unidad, para cada año a partir de 2008 y para el período enero – marzo de 2011. Cabe señalar que durante la verificación solo se pudo constatar la información relativa a los consumos y a las valorizaciones de los insumos nacionales e importados en la firma LGI (ver Informe de verificación respectivo).

<sup>22</sup> Solo presentó estructura de costos de armazones.

<sup>24</sup> No se consideró a la suministrada por la empresa ALBACETE debido a que no se cuenta con información de las \*\*\*.



A continuación se presentan tablas conteniendo por empresa los artículos suministrados (armazones o anteojos de sol) clasificados según los insumos utilizados en su fabricación.

Tabla N° A.I.4

Tipos representativos para los que se informó estructura de costos.

a. Anteojos de sol

Empresa	Tipo representativo				
	1 (plástico inyectado –no poliamida)	2 (metal, con o sin marca)	3 (plástico fresado)	4 (metal segmento medio/alto)	5 (plástico inyectado poliamida)
LGI	X	X		X	
RANIERI			X	X	X

Referencias:

1. Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas.
2. Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas.
3. Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.
4. Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.
5. Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex.

b. Armazones

Empresa	Tipo representativo				
	1 (plástico inyectado –no poliamida)	2 (metal, con o sin marca)	3 (plástico fresado)	4 (metal segmento medio/alto)	5 (plástico inyectado poliamida)
LGI		X		X	
RANIERI			X	X	X
ALBACETE					X

Referencias:

1. Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración.
2. Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración.
3. Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.

*Handwritten signatures in blue ink.*



4. Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.
5. Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex.

Además de las estructuras de costos mencionadas se presentan cuadros: a) con las diferencias en valores absolutos de los distintos componentes del costo, b) estructura de costos promedio \*\*\* \*\*\*, c) estructura de costos promedio \*\*\* \*\*\*, d) estructura de costos promedio \*\*\* \*\*\*, e) estructura de costos promedio \*\*\* \*\*\*, y f) estructura de costos promedio \*\*\* \*\*\*.

Los precios considerados para las estructuras de costos de las firmas LGI y RANIERI corresponden a los ingresos medios por venta informados por las empresas. Para la estructura de costos de armazones suministradas por ALBACETE se consideraron los precios informados en dicho cuadro.

Al respecto, en oportunidad de sus consideraciones finales, las firmas importadoras y exportadoras señalaron que "no debe soslayarse que ninguna de las estructuras de costos informadas por las firmas supuestamente productoras han podido ser verificadas (conforme surge de fs. 6088, 6075/3083 y 6060/6080) motivo por el cual los datos correspondientes a la estructura de costos y principalmente el margen de ganancia de las productoras como elemento que conforma el "precio nacional" no pueden ser tenidos en consideración por la Comisión ya que constituyen meras afirmaciones dogmáticas no respaldadas".

Habiendo podido suplirse la falta de información documental de las productoras aportada a las actuaciones y a las verificaciones llevadas a cabo, la resolución de la CNCE de desechar la producción de prueba tendiente a demostrar que los valores nacionales alegados responden a una estructura de costos falsa o se encuentran influenciados por un amplio margen de ganancias no reconocidas por los productores es cuestionable<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Al respecto ver informes de verificación.



Cuadros N° 8.1.1 a 8.1.5 y 8.2.1 a 8.2.4: Precios.

Los precios corrientes por unidad de los artículos representativos considerados en esta etapa de la investigación, fueron los ingresos medios por venta correspondientes a los siguientes tipos, informados por las empresas del relevamiento LGI (a fs. 1600/1, 1603, 1606, 1608) y RANIERI (a fs. 3719/20, 3722, 3724/6). Cabe mencionar que solamente estas dos empresas informaron precios sobre los artículos representativos solicitados.

Tabla N° A.I.5  
Artículos representativos informados

Producto	N° de cuadro	Artículo representativo	Empresa	Información sobre los modelos incluidos	Participación % en la facturación total de cada artículo – anteojos de sol / armazones - (por empresa)
Anteojos de sol	8.1.1	Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla Flex, y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas	LGI	Modelos iny línea up Marca: Union Pacific	15
	8.1.2	Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex, y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas	LGI	Modelo metal up Marca: Union Pacific	41
	8.1.3	Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/alto o los que pagan royalties	RANIERI	Marcas: JCL, Kosiuko, Ossira, P. Rosset, Reef, Valeria Mazza, Wanama, Metano, Wrangler.	18
	8.1.4	Metal (no incluye titanio) con o sin patilla Flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/alto o los que pagan royalties	LGI	Modelo metal pr Marcas: Tiffany y Paul Riviere	44
			RANIERI	Marcas: JCL, Ossira, P. Rosset, Reef, Valeria Mazza, Wanama, Metano, Wrangler.	37
8.1.5	Plástico inyectado de poliamida con o sin patilla flex	RANIERI	Marcas: JCL, Ossira, P. Rosset, Reef, Valeria Mazza, Wanama, Metano, Wrangler.	45	
Armazones	8.2.1	Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex, y con o sin bisagra metálica, sin	LGI	Modelo metal línea LG-Up básico Marcas: Logritos,	62



		marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración		Logros Gold, Union Pacific.	
	8.2.2	Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/alto o los que pagan royalties	RANIERI	Marcas: JCL, Kosiuko, Ossira, P. Rosset, Reef, Valeria Mazza, Wanama, Metano, Wrangler.	13
	8.2.3	Metal (no incluye titanio) con o sin patilla Flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/alto o los que pagan royalties	LGI	Modelo metal línea pr Marcas: Paul Riviere, Tiffany	38
			RANIERI	Marcas: JCL, Mango, Ossira, P. Rosset, Reef, Valeria Mazza, Wanama, Metano, Wrangler.	86
	8.2.4	Plástico inyectado de poliamida con o sin patilla flex	RANIERI	Marcas: Reef.	1

Nota: ALBACETE no proporcionó información sobre precios.

Fuente: Información obrante en el expediente de referencia (fs. 1580/89, 3319, 3321/2, 3663/4, 4729/39)

En el caso de los precios de anteojos de sol y armazones correspondientes a la industria nacional presentados en los Cuadros N° 8.1.4 y 8.2.3, los mismos fueron calculados a partir de ponderar los precios mensuales de cada empresa según sus ventas mensuales.

Los precios medios anuales corresponden al promedio ponderado de los precios mensuales.

Adicionalmente, se presentan los precios relativos que fueron calculados a partir de los respectivos precios corrientes, en función de la evolución de los índices de Precios Internos al por Mayor (IPIM) Nivel General y el de Otros Productos Manufacturados, ambos elaborados por el INDEC.

*Handwritten signature and arrow pointing to the right.*



### Cuadros N° 9: Indicadores contables

Los Estados Contables (EECC)<sup>26</sup> analizados fueron suministrados por las empresas productoras (LGI, RANIERI, ALBACETE, ANTEOFER y ANTEOJOS NIVEL 1) y constan en el Anexo I del expediente de referencia.

Por otra parte, los técnicos de la CNCE confeccionaron un cuadro promedio de los indicadores de rentabilidad, liquidez y endeudamiento. Para la realización del mismo, los EECC cerrados hasta el 30 de junio se consideraron en el año inmediato anterior.

A continuación se presentan tablas con los rubros contables de las empresas productoras mencionadas.

*Handwritten signature and initials in blue ink.*

<sup>26</sup> Estados Contables sin consolidar

<sup>28</sup> GLASSORAMA: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2002 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2446). La empresa comercializa Armazones en un 80% a Minoristas, y un 10% tanto a distribuidores/mayoristas, como venta directa a usuarios. Para el caso de los anteojos de sol, la empresa comercializa un 50% a distribuidores/mayoristas, un 48% a minoristas, y el resto como venta directa a usuarios. No informa las marcas que comercializa (fs. 4684).



**Tabla Nº A.I.6****Evolución de los principales rubros contables****RANIERI**

en miles de pesos.

	Estados Contables al				Variaciones		
	31/12/2007	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Caja y Bancos	967	756	890	1.367	-22%	18%	53%
Inversiones	0	0	0	0			
Cuentas a Cobrar	5.794	7.095	8.833	12.639	22%	24%	43%
Bienes de Cambio	3.186	3.487	4.347	3.069	9%	25%	-29%
Otros Activos Corrientes	475	703	713	617	48%	1%	-13%
Activo Corriente	10.421	12.042	14.784	17.692	16%	23%	20%
Bienes de Uso	1.297	1.386	1.215	1.180	7%	-12%	-3%
Otros Activos No Corrientes	772	926	1.249	1.632	20%	35%	31%
Activo No Corriente	2.069	2.312	2.464	2.811	12%	7%	14%
Activo Total	12.490	14.353	17.248	20.504	15%	20%	19%
Cuentas por Pagar	1.235	1.052	1.878	1.932	-15%	79%	3%
Ds. Financieras a C.P.	474	574	1.019	491	21%	77%	-52%
Ds. Sociales y Fiscales	768	1.043	1.461	2.451	36%	40%	68%
Otros Pasivos Corrientes	978	1.128	705	712	15%	-37%	1%
Pasivo Corriente	3.456	3.797	5.064	5.586	10%	33%	10%
Ds. Bancarias a L.P.	0	0	0	0			
Otros Pasivos No Corrientes	0	0	0	0			
Pasivo No Corriente	0	0	0	0			
Pasivo Total	3.456	3.797	5.064	5.586	10%	33%	10%
Capital	5.030	5.030	5.030	5.030	s/v	s/v	s/v
Resultados Acumulados	4.004	5.526	7.154	9.888	38%	29%	38%
Patrimonio Neto	9.034	10.556	12.184	14.918	17%	15%	22%
Ventas	18.082	26.325	26.968	36.844	46%	2%	37%
Costo de Ventas	10.091	13.229	13.631	18.061	31%	3%	33%
Resultado Bruto	7.991	13.096	13.337	18.783	64%	2%	41%
Gs. Administración y Comerc.	7.056	11.264	11.647	15.382	60%	3%	32%
Resultado Operativo	935	1.832	1.690	3.401	96%	-8%	101%
Resultados Financieros	-210	97	381	148		292%	-61%
Result.No Op. y Extraordinarios	467	189	272	344	-60%	44%	27%
Resultado Antes de Impuestos	1.192	2.118	2.343	3.892	78%	11%	66%
Impuestos ganancias/ Renta mínima presunt	-378	-596	-715	-1.158			
Resultado Neto	814	1.522	1.628	2.734	87%	7%	68%
s/v: sin variación.							

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Tabla N° A.I.7**  
**Evolución de los principales rubros contables**  
**L.G.I.**

en miles de pesos.

	Estados Contables al						Variaciones		
	30/06/2007	30/06/2008	30/06/2009	30/06/2010	30/06/2011	2008/2007	2009/2008	2010/2009	
Caja y Bancos	536	481	328	231	309	-10%	-32%	-30%	
Inversiones	0	0	0	0	0				
Cuentas a Cobrar	817	987	935	1.166	1.405	21%	-5%	25%	
Bienes de Cambio	428	558	1.011	1.510	1.222	30%	81%	49%	
Otros Activos Corrientes	2	57	95	40	262	3126%	67%	-58%	
Activo Corriente	1.783	2.083	2.370	2.947	3.199	17%	14%	24%	
Bienes de Uso	339	393	341	283	207	16%	-13%	-17%	
Otros Activos No Corrientes	14	12	5	5	5	-13%	-61%	s/v	
Activo No Corriente	352	405	346	288	212	15%	-15%	-17%	
Activo Total	2.135	2.488	2.716	3.235	3.410	17%	9%	19%	
Cuentas por Pagar	13	82	66	248	327	540%	-20%	275%	
Ds. Financieras a C.P.	61	12	12	131	102	-80%	-8%	1040%	
Ds. Sociales y Fiscales	291	213	263	351	379	-27%	24%	33%	
Otros Pasivos Corrientes	408	410	553	297	60	1%	35%	-46%	
Pasivo Corriente	773	718	894	1.026	869	-7%	24%	15%	
Ds. Bancarias a L.P.	0	0	0	0	0				
Otros Pasivos No Corrientes	0	0	0	0	0				
Pasivo No Corriente	0	0	0	0	0				
Pasivo Total	773	718	894	1.026	869	-7%	24%	15%	
Capital	2	2	2	2	2	s/v	s/v	s/v	
Resultados Acumulados	1.360	1.768	1.820	2.207	2.539	30%	3%	21%	
Patrimonio Neto	1.362	1.770	1.822	2.209	2.541	30%	3%	21%	
Ventas	3.232	3.916	3.639	4.505	6.025	21%	-7%	24%	
Costo de Ventas	1.697	1.790	1.750	2.142	3.497	6%	-2%	22%	
Resultado Bruto	1.535	2.126	1.889	2.363	2.528	39%	-11%	25%	
Gs. Administración y Comerc.	848	1.287	1.505	1.790	2.007	52%	17%	19%	
Resultado Operativo	687	839	384	573	522	22%	-54%	49%	
Resultados Financieros	-14	-4	21	-47	-55				
Result.No Op. y Extraordinarios	197	10	0	0	0				
Resultado Antes de Impuestos	870	845	405	526	467	-95%			
Impuestos ganancias/ Renta mínima presunt.	-228	-222	-142	-139	-125	-3%	-52%	30%	
Resultado Neto	642	623	263	387	342	-3%	-58%	47%	
s/v: sin variación.									

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



## Tabla Nº A.1.9

## Evolución de los principales rubros contables

## ANTEOFER

en miles de pesos.

	Estados Contables al			Variaciones	
	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010	2009/2008	2010/2009
Caja y Bancos	178	69	60	-61%	-13%
Inversiones	0	0	0		
Cuentas a Cobrar	734	560	674	-24%	20%
Bienes de Cambio	108	346	518	221%	50%
Otros Activos Corrientes	66	98	53	48%	-46%
Activo Corriente	1.086	1.073	1.305	-1%	22%
Bienes de Uso	53	94	62	78%	-34%
Otros Activos No Corrientes	0	0	0		
Activo No Corriente	53	94	62	78%	-34%
Activo Total	1.138	1.167	1.367	2%	17%
Cuentas por Pagar	96	54,4	53,9	-44%	-1%
Ds. Financieras a C.P.	64	70	174	10%	149%
Ds. Sociales y Fiscales	122	160	213	31%	33%
Otros Pasivos Corrientes	0	0	0		
Pasivo Corriente	282	285	441	1%	55%
Ds. Bancarias a L.P.	0	0	0		
Otros Pasivos No Corrientes	363	545	655	50%	20%
Pasivo No Corriente	363	545	655	50%	20%
Pasivo Total	645	830	1.096	29%	32%
Capital	0,00003	0,00003	0,00003	s/v	s/v
Resultados Acumulados	493	337	271	-32%	-20%
Patrimonio Neto	493	337	271	-32%	-20%
Ventas	2.598	1.831	2.083	-30%	14%
Costo de Ventas	1.375	814	1.015	-41%	25%
Resultado Bruto	1.223	1.017	1.068	-17%	5%
Gs. Administración y Comerc.	857	902	901	5%	-0,1%
Resultado Operativo	366	115	167	-69%	45%
Resultados Financieros	-14	-42	-45		
Result.No Op. y Extraordinarios	3	40	14	1149%	-64%
Resultado Antes de Impuestos	355	113	136	-68%	21%
Impuestos ganancias/ Renta mínima presuntiva	0	0	0		
Resultado Neto	355	113	136	-68%	21%

s/v: sin variación.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Tabla N° A.I.8****Evolución de los principales rubros contables  
ALBACETE**

en miles de pesos.

	Estados Contables al			Variaciones	
	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010	2009/2008	2010/2009
Caja y Bancos	1.474	1.312	1.565	-11%	19%
Inversiones	0	0	0		
Cuentas a Cobrar	0	0	496		
Bienes de Cambio	0	1.965	3.326		69%
Otros Activos Corrientes	514	2.199	3.757	328%	71%
Activo Corriente	1.987	5.476	9.144	176%	67%
Bienes de Uso	3.553	8.159	7.969	130%	-2%
Otros Activos No Corrientes	0	97	97		s/v
Activo No Corriente	3.553	8.256	8.066	132%	-2%
Activo Total	5.540	13.732	17.211	148%	25%
Cuentas por Pagar	134	1.280	468	857%	-63%
Ds. Financieras a C.P.	0	1.138	1.141		0,3%
Ds. Sociales y Fiscales	7	236	164	3396%	-31%
Otros Pasivos Corrientes	17	119	2.445	594%	1961%
Pasivo Corriente	158	2.773	4.218	1660%	52%
Ds. Bancarias a L.P.	0	0	0		
Otros Pasivos No Corrientes	0	0	0		
Pasivo No Corriente	0	0	0		
Pasivo Total	158	2.773	4.218	1660%	52%
Capital	5.490	12.460	15.370	127%	23%
Resultados Acumulados	-107	-1.500	-2.377		
Patrimonio Neto	5.383	10.960	12.993	104%	19%
Ventas	0	2.112	9.255		338%
Costo de Ventas	0	2.102	6.741		221%
Resultado Bruto	0	10	2.514		24711%
Gs. Administración y Comerc.	107	1.363	3.197	1168%	135%
Resultado Operativo	-107	-1.353	-683		
Resultados Financieros	0	-133	-214		
Result.No Op. y Extraordinarios	0	94	20		
Resultado Antes de Impuestos	-107	-1.393	-877		-79%
Impuestos ganancias/ Renta mínima presunt.	0	0	0		
Resultado Neto	-107	-1.393	-877		

s/v: sin variación.

Nota: Año 2008 EJERCICIO ECONÓMICO N° 1 iniciado el 18 de abril de 2008.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.





Los datos de importaciones se presentan tanto en forma agregada como desagregada por tipo de producto. Así, en el Cuadro N° 11.1.a, se presentan las importaciones de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas, en forma conjunta; en el Cuadro N° 11.1.b, se presentan los datos de importación de anteojos de sol, mientras que en el Cuadro N° 11.1.c, se muestran las importaciones de armazones y gafas pregraduadas, las que se muestran desagregadas en los Cuadros N° 11.1.d y 11.1.e, respectivamente.

Adicionalmente, en el Cuadro N° 11.2 se presentan las importaciones de origen China desagregadas por tipo de material constitutivo (plástico, metal u otro material).

En esta etapa de la investigación, participaron las siguientes empresas importadoras del producto considerado: GLASSORAMA<sup>28</sup>, SOVANO<sup>29</sup>, ARITAM<sup>30</sup>, LOVELI<sup>31</sup>, MANIK<sup>32</sup>, BRUCK'S<sup>33</sup>, HORZY<sup>34</sup> y WARSZAWSKI<sup>35</sup>. Asimismo, la Cámara Argentina de Productos y Desarrollos para la Visión –CAPDEV- completó un Cuestionario para el Importador.

*Autos*

<sup>29</sup> SOVANO: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2005 a la Importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 4500/01). La empresa comercializa la marca Angel M. Lentes, en un 80% a minoristas y un 20% a Distribuidores/mayoristas para el caso de anteojos de sol y gafas pregraduadas. La empresa no comercializa Armazones. (fs.4502, 4505).

<sup>30</sup> ARITAM: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1999 a la importación de anteojos y armazones de receta. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2906) Posee licencia de las marcas Attitude y Maniac (fs. 2917). Comercializa sus importaciones de anteojos de sol en un 2% de venta directa a usuarios, un 30% a ditribuidores/mayoristas, y un 68% a minoristas. Para los Armazones, comercializa el 85% a ditribuidores/mayoristas, y el resto a minoristas. No comercializa gafas pregraduadas. (fs. 4188)

<sup>31</sup> LOVELI: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1996 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro. Posee los servicios de licencia de las marcas Manchester Polo, LVL, Miyaki, Carven y 60th (fs. 4226). Comercializa sus importaciones, tanto de anteojos de sol como de gafas pregraduadas en un 10% Distribuidoras Mayoristas y otro 90% de venta a Minoristas; no comercializa Armazones. (fs. 4217).

<sup>32</sup> MANIK: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2006 a la importación de anteojos y armazones; y a la venta al por mayor de artículos de óptica y fotografía. La empresa posee una casa matriz y un local de venta mayorista en la Ciudad (fs. 4303/04). Posee licencia/permiso de importación de las marcas Eternity, Kompressor, 5ta Fondo, Pathfinder, Bross, Wellington y Polo Club. (fs. 4311). Comercializa sus importaciones de Armazones en un 60% Distribuidoras Mayoristas y 40% ópticas. Para las gafas pregraduadas, su mercado se divide en Distribuidores (50%), Ópticas (30%) y el resto entre Otros comercios minoristas. (fs. 4309).

<sup>33</sup> BRUCK'S: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 2002 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 4411/12). Posee licencia de las marcas Insbruck, Satin y Bradook (fs. 4418). Comercializa sus importaciones de anteojos de sol en un 7% de venta directa a usuarios, un 40% a distribuidores mayoristas, y un 53% a minoristas. Para el caso de gafas pregraduadas, comercializa el 80% del producto a minoristas, el 15% a Mayoristas, y el resto como venta directa a usuarios. (fs. 4414).

<sup>34</sup> HORZY: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1991 a la importación de anteojos y armazones de receta. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro (fs. 2837). Comercializa sus importaciones de Armazones en un 50% Distribuidoras Mayoristas y otro 50% de venta a ópticas. Para los anteojos de sol, su mercado se divide en Distribuidores (30%), y venta a minoristas (70%). (fs. 2840/41); no comercializa gafas pregraduadas. La empresa no informa las marcas que comercializa.

<sup>35</sup> WARSZAWSKI: Empresa ubicada en Ciudad de Buenos Aires. Dedicada desde 1991 a la importación de anteojos y armazones. No posee vinculaciones contractuales o financieras con otras empresas del rubro. (fs. 2542). Comercializa sus importaciones, tanto de anteojos de sol como de armazones en un 100% a Distribuidoras Mayoristas. (fs. 4456). La empresa informa que no realiza importaciones de gafas pregraduadas. Realiza importaciones sin Marca. (fs. 2556).



### Cuadros N° 10: Cuentas Específicas

Con los datos de ventas, costos variables y costos fijos para anteojos de sol y armazones suministrados por las empresas productoras (RANIERI y LGI) los técnicos de la CNCE confeccionaron los puntos de equilibrio en unidades y valores y la relación ventas / punto de equilibrio. Cabe señalar que durante las verificaciones de las firmas señaladas no fue posible constatar dicha variable (costos variables y fijos, en su totalidad).

La contribución marginal se calculó, en pesos, como la diferencia entre las ventas y el costo variable y, en porcentajes, como el cociente entre la contribución marginal en pesos y las respectivas ventas. El punto de equilibrio representa el nivel de ventas necesario para la cobertura de costos variables y fijos, y se calculó, en pesos como el cociente entre el costo fijo y la referida contribución marginal y en unidades como el cociente entre el costo fijo y la diferencia entre el precio de venta y el costo variable, ambos en forma unitaria.

### Cuadros N° 11.1 (a, b, c, d y e), 11.2 y 11.3 (a, b, c, d y e): Importaciones

La información sobre las importaciones del origen objeto de investigación y del resto de los orígenes corresponden a las importaciones ingresadas a través de las siguientes posiciones arancelarias NCM, para el período 2008 - marzo de 2011, de fuente DGA:

- Armazones:
  - 9003.11.00 (SIM 110, 190, 910 y 990),
  - 9003.19.10 (SIM 110, 190, 210, 290, 910 y 990);
  - 9003.19.90 (SIM 110, 190, 910 y 990).
- Anteojos de sol:
  - 9004.10.00 (SIM 111, 119, 121, 129, 131, 139, 191, 199, 211, 212, 219, 291, 292 y 299).
- Gafas pregraduadas:
  - 9004.90.10 (SIM 111, 119, 191, 199, 911, 919, 991 y 999).

*Handwritten signature and arrow pointing to the list above.*

**Tabla N° A.I.10**  
**Evolución de los principales rubros contables**  
**ANTEOJOS NIVEL UNO**

en miles de pesos.

	Estados Contables al			Variaciones	
	28/02/2008	28/02/2009	28/02/2010	2009/2008	2010/2009
Caja y Bancos	96	127	198	32%	56%
Inversiones	0	0	0		
Cuentas a Cobrar	0	0	0		
Bienes de Cambio	10	8,9	9,3	-10%	4%
Otros Activos Corrientes	116	61	111	-48%	83%
Activo Corriente	222	196	318	-11%	62%
Bienes de Uso	0,8	0,7	0,6	-14%	-17%
Otros Activos No Corrientes	0	0	0		
Activo No Corriente	0,8	0,7	0,6	-14%	-17%
Activo Total	222	197	319	-11%	62%
Cuentas por Pagar	34	39	41	16%	4%
Ds. Financieras a C.P.	0	0	0		
Ds. Sociales y Fiscales	36	26	46	-26%	73%
Otros Pasivos Corrientes	25	25	25	s/v	s/v
Pasivo Corriente	94	91	111	-4%	23%
Ds. Bancarias a L.P.	0	0	0		
Otros Pasivos No Corrientes	0	0	0		
Pasivo No Corriente	0	0	0		
Pasivo Total	94	91	111	-4%	23%
Capital	15	15	15	s/v	s/v
Resultados Acumulados	113	91	192	-19%	110%
Patrimonio Neto	128	106	207	-17%	95%
Ventas	1.235	1.530	1.634	24%	7%
Costo de Ventas	559	1.022	881	83%	-14%
Resultado Bruto	676	508	753	-25%	48%
Gs. Administración y Comerc.	560	371	595	-34%	60%
Resultado Operativo	116	137	158	19%	15%
Resultados Financieros	-10	-6	-3		
Result.No Op. y Extraordinarios	0	0	0		
Resultado Antes de Impuestos	106	131	155	24%	18%
Impuestos ganancias/ Renta mínima presunt	-37	-46	-54		
Resultado Neto	69	85	101	24%	18%

s/v: sin variación.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.









Tabla N° A.I.11

Importaciones de RANIERI informados como productos terminados

Originarias de China (en unidades)

	Anteojos de sol	Armazones	Total
2008	1.189	0	1.189
2009	7.964	3.173	11.137
2010	2.771	9.291	12.062

ene-mar 2010	0	6.503	6.503
ene-mar 2011	600	6.196	6.796

Fuente: CNCE, sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

Por otro lado, en la siguiente tabla se presenta la variación de las existencias del producto objeto de investigación en Zona Franca en base a los datos de entrada y salida del producto según la información de fuente DGA. Cabe mencionar que estas importaciones corresponden a anteojos de sol y armazones, no incluyen gafas pregraduadas ya que no se detectaron importaciones a zona franca de dicho producto.

Tabla N° A.I.12

Estimación de variación de existencias en Zona Franca del origen objeto de investigación.

En unidades'

Período	ZFE1	ZFI5	Diferencia (ZFI - ZFE)	Existencias acumuladas teóricas <sup>37</sup>
2008	702.384	722.410	20.026	20.026
2009	142.167	189.279	47.112	67.138
2010	387.794	401.919	14.125	81.263
Ene-mar 2011	45.119	37.143	-7.976	73.287

Fuente: CNCE, en base a DGA.

Por otra parte, en los Cuadros N° 11.3, se presentan los rankings de empresas importadoras para el origen China, para cada año del período 2008-2010 y para todo el período objeto de análisis. Cabe mencionar que dichos rankings se presentan con la misma desagregación que los cuadros de importaciones.

<sup>37</sup> Se calcularon bajo el supuesto que las existencias en zona franca en 2007 fueron nulas.

*Alum*



Tal como puede observarse, tanto en el caso de las importaciones de anteojos de sol como de armazones, del origen investigado, los principales 10 importadores representaron, en conjunto, alrededor de la mitad de las importaciones de cada producto, considerando todo el período analizado. Con respecto a la importación de gafas pregraduadas, el 100% de las mismas, se encuentra concentrada en 6 empresas, de las cuales, 4 participan de la presente investigación (LOVELI, BRUCK'S, MANIK y SOVANO).

Con respecto a los orígenes no investigados, en los Cuadros se muestran los datos de los tres principales orígenes, Italia, Taiwán y Hong Kong, cuya participación en el total importado del producto considerado, se ubicó entre el 0,7% y 1,9%, en el caso de Italia, entre 0,7% y 1,4% en el caso de Taiwán, y entre el 0,1% y el 1,1% en el caso de Hong Kong, durante el periodo analizado.

Cuadros N° 12.a, 12.b, 12.c, 12.d y 12.e: Precios medios FOB

Los precios medios FOB, en dólares por unidad, surgen del cociente entre los datos de importaciones presentados en los respectivos Cuadros N° 11.1.

Adicionalmente, se presentan en la siguiente tabla, los precios medios FOB de los modelos importados considerados como equivalentes a los artículos representativos informados por las empresas productoras nacionales. Los mismos fueron calculados a partir de los despachos de importación de fuente DGA, considerando la información a nivel SIM y de los sufijos de valor.

Tabla N° A.I.13  
Precios medios FOB de los artículos importados equivalentes a los representativos nacionales

En U\$S/unidad

a. Anteojos de sol

	Artículos Representativos				
	1 (plástico inyectado –no poliamida)	2 (metal, con o sin marca)	3 (plástico fresado)	4 (metal segmento medio/alto)	5 (plástico inyectado poliamida)
2008	0,75	0,64	8,31	1,86	2,23
2009	0,75	0,69	7,21	2,50	0,60
2010	1,01	1,04	6,68	2,60	1,45
Ene-mar 2010	0,82	0,93	8,55	2,62	2,63
Ene-mar 2011	1,18	0,84	7,78	2,45	2,05 <sup>38</sup>

<sup>38</sup> Se detectaron 2 despachos de importación cuyos precios medios FOB resultaban atípicos en comparación a los precios del mismo período de años anteriores, por lo cual no fueron considerados.

*Handwritten signature and initials.*



**b. Armazones**

	Artículos Representativos			
	1 (metal, con o sin marca)	2 (plástico fresado)	3 (metal, segmento medio/alto)	4 (plástico inyectado poliamida)
2008	1,41	3,26	2,35	3,21
2009	1,26	3,50	2,94	2,71
2010	1,70	3,09	3,27	3,03
Ene-mar 2010	1,42	2,99	3,42	3,93
Ene-mar 2011	1,84	2,73	3,91	3,89

**c. Gafas pregraduadas**

	Artículos Representativos	
	1 (plástico)	2 (metal)
2008	s/op	0,55
2009	0,38	0,57
2010	0,88	0,72
Ene-mar 2010	0,64	0,60
Ene-mar 2011	s/op <sup>39</sup>	0,70

Fuente: DGA.

Cabe mencionar que para seleccionar a los artículos importados equivalentes, se consideró la información de la apertura SIM, así como la información aportada por los sufijos de valor, en los casos correspondientes (por ejemplo, marcas).

En este sentido, los SIM considerados en cada caso fueron los siguientes:

*Aut*  
*→*

<sup>39</sup> Se detectó un único despacho de importación de cantidad poco significativa con un precio medio FOB atípico, por lo cual el mismo no fue considerado.



Tabla N° A.I.14

Información sobre los artículos importados equivalentes

a. Anteojos de sol (NCM 9004.10.00)

Tipo	SIM	Descripción	Part. (%) en el total importado de anteojos de sol
1	299	Anteojos de sol - Los demás (que no sean de metal) - Los demás (que no sean coloreados en la masa) - Sin bisagra tipo flex.	62%
2	131, 139, 191y 199	Anteojos de sol - Metálicos - De bronce o los demás (que no sean de metal precioso o chapados de metal) - Con o sin bisagra tipo flex. Sin marca	20%
3	211	Anteojos de sol - Coloreados en la masa - Con bisagra tipo flex. Con marca	0,4%
4	131, 139, 191y 199	Anteojos de sol - Metálicos - De bronce o los demás (que no sean de metal precioso o chapados de metal) - Con o sin bisagra tipo flex. Con marca	10%
5	291	Anteojos de sol - Los demás (que no sean de metal) - Los demás (que no sean coloreados en la masa) - Con bisagra tipo flex	2%

Fuente: CNCE, sobre la base de DGA.

*amp*

*→*



b. Armazones (NCM 9003.19.10 y 9003.11.00)

Tipo	SIM	Descripción	Part. (%) en el total importado de armazones
1	9003.19.10.910 y 990	Armazones - De metal común - Los demás (que no sean de titanio ni chapados de metal precioso) - Con o sin bisagra tipo flex. Sin marca	22%
2	9003.11.00.110	Armazones - De plástico - Coloreados en la masa - Con bisagra tipo flex. Con marca	3%
3	9003.19.10.910 y 990	Armazones - De metal común - Los demás (que no sean de titanio ni chapados de metal precioso) - Con o sin bisagra tipo flex. Con marca	37%
4	9003.11.00.910	Armazones - De plástico - Los demás (que no sean coloreados en la masa) - Con bisagra tipo flex.	2%

Fuente: CNCE, sobre la base de DGA.

c. Gafas pregraduadas (NCM 9004.90.10)

Tipo	SIM	Descripción	Part. (%) en el total importado de gafas pregraduadas
1	111, 119, 911 y 919	Gafas pregraduadas - De plástico	11%
2	191, 199, 991 y 999	Gafas pregraduadas - Las demás (que no sean de plástico).	89%

Fuente: CNCE, sobre la base de DGA.

Cabe mencionar que los artículos representativos de anteojos de sol importados representaron, en conjunto, el 94% del total de importaciones de anteojos de sol durante el período investigado. Por su parte, los artículos representativos de armazones tuvieron una participación del 64% sobre el total de armazones, mientras que los artículos representativos de gafas pregraduadas abarcaron el 100% del total importado de este producto.

*Am*



Cuadros N° 13.1.1 a 13.1.5, 13.2.1 a 13.2.4 y 13.3.1 a 13.3.2: Comparación de Precios

Las comparaciones de precios realizadas son las que se muestran a continuación que se muestran a continuación:

Tabla N° A.I.15

Comparaciones de precios realizadas entre el producto importado del origen investigado y el producto nacional.

Producto	N° de Cuadro	Precio Nacional	Precio importado	Nivel de comparación
ANTEOJOS DE SOL	13.1.1 13.1.2	Precios de venta o ingresos medios informados de los artículos representativos	Precios de venta o ingresos medios Promedio, máximo y mínimo informados por las empresas importadoras (1) y precios FOB, nacionalizados, del producto equivalente.	Primera venta
	13.1.3 13.1.4 13.1.5		Precios FOB, nacionalizados, del producto equivalente.	
ARMAZONES	13.2.1 13.2.2	Precios de venta o ingresos medios informados de los artículos representativos	Precios de venta o ingresos medios informados por las empresas importadoras (2) y precios FOB, nacionalizados, del producto equivalente	Primera venta
	13.2.3 13.2.4		Precios FOB, nacionalizados, del producto equivalente	
GAFAS PREGRADUADAS	13.3.1 13.3.2	Precios de venta o ingresos medios informados de los artículos representativos correspondientes de armazones	Precios de venta o ingresos medios informados por las empresas importadoras (3) y precios FOB, nacionalizados, del producto equivalente	Primera venta

(1) Las empresas consideradas representaron el 36% de lo importado de China de anteojos de sol considerando todo el período analizado.

(2) Las empresas consideradas representaron el 31% y el 1% (según la comparación) de lo importado de China de armazones considerando todo el período analizado.

(3) Las empresas consideradas representaron el 78% y el 96% (según la comparación) de lo importado de China de gafas pregraduadas considerando todo el período analizado.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



Tal como se puede observar, las comparaciones de precios se realizaron considerando lo informado por las partes con respecto a sus canales de comercialización. Así, la comparación se realizó a nivel de primera venta, por considerarse este el nivel en que ambos productos competirían el producto nacional y el importado.

Al respecto, las empresas productoras e importadoras informaron comercializar en los siguientes canales:

Tabla N° A.I.16  
Canales de comercialización informados por las distintas empresas  
En porcentajes

a. Productores nacionales

a. Anteojos

	Mayor. / distrib.	Ópticas	Otros minoristas	Informó precios
Nivel Uno		100		No
Francioni	10	90		No
Ranieri		96	4	Si
Anteofer		100		No
Albacete	100			No
LGI	15	85		Si
Promedio ponderado <sup>40</sup>	7	90	3	

b. Armazones

	Mayor. / distrib.	Ópticas	Informó precios
Nivel Uno		100	No
Francioni	10	90	No
Ranieri		100	Si
Anteofer	9	91	No
Albacete	100		No
LGI	15	85	Si
Promedio ponderado	14	86	

Fuente: Información obrante en el expediente de referencia (fs. 3504, 2110/1, 3630/1, 3484, 2035/6, 1401/2, 1539/41)

*Ante*

<sup>40</sup> Promedio de los diferentes canales de comercialización, ponderado por las ventas de las empresas en el año 2010 o por la producción cuando el dato de ventas no esté disponible. No se consideraron los canales informados por NIVEL UNO para el cálculo del promedio ponderado, atento a que no se cuentan con datos de ventas ni de producción de la empresa.



b. Importadores

a. Anteojos

	Mayor. / distrib.	Minor.	Otros	Informó precios
Loveli	10	90		Si
Glassorama	50	48	2	Si
Aritam	30	68	2	Si
Horzy	30	70		Si
Sovano	20	80		Si
Manik	70	30		Si
Bruck's	40	53	7	Si
Warszawski	100			Si
Promedio ponderado <sup>41</sup>	53	46	1	

b. Armazones y/o pregraduados

	Mayor. / distrib.	Minor.	Otros	Informó precios
Loveli	10	90		Si
Glassorama	10	80	10	Si
Aritam	85	15		Si
Horzy	50	50		Si
Sovano	20	80		Si
Manik	70	30		Si
Bruck's	25 / 15	65 / 80	10 / 5	Si
Warszawski	100			Si
Promedio ponderado	73	26	1	

Fuente: Información obrante en el expediente de referencia (fs. 4217, 4684, 4188, 2840/1, 4502, 4306, 4414, 4456).

Las comparaciones se realizaron para los artículos representativos de anteojos de sol, armazones y gafas pregraduadas, considerando como precios de la industria nacional, el de los artículos nacionales detallados en las notas explicativas correspondientes a los Cuadros N° 8. En el caso del producto importado, se consideró, por un lado, el precio medio FOB nacionalizado de los artículos considerados como equivalentes informados en el apartado anterior, y por el otro, los datos de precios aportados por algunas de las firmas importadoras que contestaron el Cuestionario para el Importador, los que se detallan en la siguiente tabla. Cabe mencionar que a partir de dichos precios, se calculó un promedio ponderado, un mínimo y un máximo, los que se exponen en cada cuadro. \*\*\* \*\*

\*\*\* \*\*  
 \*\*\* \*\*  
 \*\*\* \*\*

*Handwritten signature and initials.*

<sup>41</sup> Promedio de los diferentes canales de comercialización ponderado por las importaciones de las empresas en el año 2010.





En oportunidad de sus consideraciones finales las firmas importadoras y exportadoras señalaron que "como puede observarse, el rubro "estuche" es incorporado por los productores en sus estructuras de costos superando incluso la participación de la materia prima en el costo del producto terminado. Dicho rubro no es considerado en el valor FOB medio nacionalizado de los productos importados contra los que se compara el precio nacional" En esas condiciones, el precio nacional tomado en cuenta en el informe debe ser desacreditado<sup>42</sup>.

Nos referimos en particular a las estadísticas de importaciones de la aduana de Brasil para los años 2010 y 2011 de las que surge que las exportaciones efectuadas por la industria nacional tienen valores muy inferiores a los pretendidos como "valor normal" por la industria nacional en las presentes actuaciones, que fueron desechadas como medida conducente de prueba de conformidad con lo expuesto en el Anexo III al informe de hechos esenciales<sup>43</sup>.

"A ello debe sumarse que la comparación que se efectúe compara valores de segmentos del mercado diferenciados, lo que surge del propio informe de hechos en cuanto trata los canales de comercialización (mayorista o minorista) de los diferentes actores"<sup>44</sup>.

Con relación a las gafas pregraduadas, la Comisión expone que "*por no contarse con precios de pregraduados de origen nacional, se consideran precios de armazones de características físicas semejantes*". Ante la inexistencia de datos nacionales –debido a la falta de producción nacional del referido producto que es reconocida expresamente en el informe- la comparación debió omitirse. Pero aún de insistirse en la comparación, los datos expuestos por la Comisión en este campo deberían ser imprescindiblemente revisados. Nótese que errónea e infundadamente se toma como "precio nacional de anteojos pregraduados de plástico el dato de los armazones de plástico inyectados con poliamida (material más costoso que el policarbonato que se utilizan en la fabricación de productos para el sector bajo en China)<sup>45</sup>.

<sup>42</sup> Solamente la firma LGI informó los estuches dentro de su estructura de costos –en el apartado de insumos nacionales-, los que representaron aproximadamente un 10% de CMU. Para mayores detalles, ver Anexo I-Notas Metodológicas (fs. 5957/85).

<sup>43</sup> Según consta en Anexo III de Prueba, obrante a fs. 6084/90, se señala que la información referida es inconducente a los fines de la presente investigación..

<sup>44</sup> Al respecto, ver nota al pie 27 ubicada en canales de comercialización de la presente sección.

<sup>45</sup> Al respecto, dado que la industria nacional no posee la autorización de fabricación de pregraduados, se consideró un modelo de armazón de antejo que lo supliera, dentro de los armazones plásticos y metálicos que la industria nacional informara oportunamente. Para mayores detalles, ver fs. 5920 del Anexo I- Notas Metodológicas (fs. 5920).



Tabla N° A.I.17

Artículos representativos informados por las empresas importadoras.

Producto	N° de cuadro	Artículo representativo	Empresa	Información sobre las marcas y modelos incluidos	Participación % en las importaciones totales de cada tipo de producto (anteojos de sol/armazones/gafas pregraduadas) (por empresa -2010)
Anteojos de sol	13.1.1	Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla Flex, y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílica	LOVELI	La empresa no informa marcas/modelos	69
			WARSZAWSKI	La empresa informó más de 100 códigos de modelos diferentes (fs.4468)	43
			HORZY	SP (SOL PLASTICO) (fs.4636)	60
			MANIK	La empresa informó más de 1000 códigos de modelos diferentes (fs. 3227/36)	72
			SOVANO	1013 al 1033 (fs.4511)	73
			BRUCK'S	La empresa no detalla modelos debido a la gran cantidad que hay en el periodo (fs.4426)	68
			ARITAM	La empresa no detalla modelos (fs.2939)	43
			GLASSORAMA	La empresa informó más de 50 códigos de modelos diferentes (fs. 4668)	49
	13.1.2	Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex, y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas	LOVELI	La empresa no informa marcas/modelos	31
			WARSZAWSKI	La empresa informó más de 100 códigos de modelos diferentes (fs.4469)	52
			HORZY	SM (SOL METAL) (fs.4637)	40
			MANIK	La empresa informó más de	17

*Handwritten signature/initials in blue ink.*



				190 códigos de modelos diferentes (fs. 3238/40)	
			SOVANO	1080 AL 1084, 1111 AL 1113, 1055 (fs. 4512)	27
			BRUCK'S	La empresa no detalla modelos debido a la gran cantidad que hay en el periodo (fs.4427)	32
			ARITAM	(La empresa no detalla modelos (fs.2940)	47
			GLASSORAMA	La empresa informó más de 50 códigos de modelos diferentes (fs.4669)	51
	13.1.3	Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties	SIN DATOS DE EMPRESAS IMPORTADORAS		
	13.1.4	Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties	SIN DATOS DE EMPRESAS IMPORTADORAS		
	13.1.5	Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex	SIN DATOS DE EMPRESAS IMPORTADORAS		
Armazones	(no hay precios de productos nacionales)	Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración.	WARSZAWSKI	La empresa informó más de 170 códigos de modelos diferentes (fs.4473)	45
			HORZY	La empresa no detalla modelos (fs.4641)	50
			MANIK	La empresa informó más de 120 códigos de modelos diferentes	29

*Handwritten signature and initials in blue ink.*



			(fs.3242/43)		
			BRUCK'S	La empresa no detalla modelos debido a la gran cantidad que hay en el periodo (fs.4428)	70
			GLASSORAMA	A14 A15 A18 A19 A20 A21 A30 (fs.4670)	100 <sup>46</sup>
13.2.1	Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex, y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración		WARSZAWSKI	La empresa informó alrededor de 400 códigos de modelos diferentes (fs.4474)	44
			HORZY	AMF (fs.2870)	30
			MANIK	La empresa informó más de 330 códigos de modelos diferentes. (fs.3245/48)	57
			BRUCK'S	La empresa no detalla modelos debido a la gran cantidad que hay en el periodo (fs.4429)	30
			ARITAM	La empresa no detalla modelos (fs.2945)	100
			GLASSORAMA	A1007 A1008 A1009 y A1012 al A1018 (fs. 4671)	0 <sup>47</sup>
		13.2.2	Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/alto o los que pagan royalties	HORZY	AP / AAF (fs.2871)
13.2.3	Metal (no incluye titanio) con o sin patilla Flex, con marca propia	SIN DATOS DE EMPRESAS IMPORTADORAS			

<sup>46</sup> De acuerdo a lo informado por GLASSORAMA referente a la participación de los armazones de plástico inyectado, sobre el total de armazones fue del 43% en 2009, de un segmento medio/alto o los que pagan royalties, del 0% en enero-marzo de 2011.

<sup>47</sup> De acuerdo a lo informado por GLASSORAMA referente a la participación de los armazones metal, sobre el total de armazones fue del 57% en 2009, del 0% en 2010 y 100% en enero-marzo de 2011.



		que pagan royalties	SIN DATOS DE EMPRESAS IMPORTADORAS		
	13.2.4.	Plástico inyectado de poliamida con o sin patilla flex			
Gafas pregraduadas	13.3.1	Plástico inyectado con patilla flex, con lentes acrílicos	LOVELI	La empresa no informa marcas/modelos	0 <sup>48</sup>
			SOVANO	3119 al 3125 (fs.4521)	50
			BRUCK'S	La empresa no detalla modelos debido a la gran cantidad que hay en el periodo (fs.4430)	33
	13.3.2	Metal (no incluye titanio) con patilla flex, con lentes acrílicos	LOVELI	La empresa no informa marcas/modelos	100 <sup>49</sup>
			SOVANO	La empresa no informa marcas/modelos (fs. 2808)	50
			BRUCK'S	La empresa no detalla modelos debido a la gran cantidad que hay en el periodo (fs.4431)	67
			MANIK	La empresa informó más de 70 modelos con graduaciones diferentes. (fs.3250)	79

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

Por su parte, en relación a las gafas pregraduadas, como se mencionara previamente en este informe en la Sección Producto Similar, no hay producción nacional en serie, de dicho producto, por lo que no se cuenta con precios de la industria nacional. En este sentido, al contar con precios de productos importados informados las empresas que contestaron el Cuestionario para el Importador, se consideró, para la comparación de precios, como precio de la industria nacional, el precio de armazones de características lo más semejante al de las gafas pregraduadas solicitadas, si bien en estos no está considerado el costo de las lentes graduadas, resulta la más apropiada.

<sup>48</sup> De acuerdo a lo informado por LOVELI, la participación de las gafas pregraduadas de plástico inyectado, sobre el total de gafas pregraduadas fue del 0% en 2010 y del 54% en 2009.

<sup>49</sup> De acuerdo a lo informado por LOVELI, la participación de las gafas pregraduadas de metal, sobre el total de gafas pregraduadas fue del 100% en 2010 y del 46% en 2009.

*Alonso*



Por otro lado, para la nacionalización de los precios medios FOB seleccionados, y expuestos en el apartado correspondiente a los precios medios FOB, por un lado, se calculó la incidencia del flete y el seguro en función de la información obrante en la base INDEC. Por otra parte, se consideraron los datos oficiales de derecho de importación y tasa estadística, y por último, \*\*\* \*\*\*,  
\*\*\* \*\*\*, En los casos en que no se contó con información de importadores para tipos representativos específicos, se utilizó la estructura de los artículos más semejantes<sup>50</sup>.

En la siguiente tabla, se detallan los gastos de nacionalización considerados para el año 2010 (último año completo del período investigado).

<sup>50</sup> Es de destacar que, si bien durante las verificaciones en las empresas importadoras HORZY y WARSZAWSKI se detectaron diferencias en los gastos de despacho, portuarios, etc, dichas diferencias tuvieron signos contrarios y se compensaron, por lo que las diferencias netas resultaron relativamente de escasa significatividad.

aut  
G



Tabla N° A.I.18

a. Gastos de nacionalización de Anteojos de sol

CONCEPTO	Tipo 1 (plástico inyectado, no poliamida)	Tipo 2 (metal con o sin marca)	Tipo 3 (plástico fresado)	Tipo 4 (metal segmento medio / alto)	Tipo 5 (plástico inyectado de poliamida)
Flete y seguro (s/FOB)	6%	6%	7%	6%	10%
Arancel (s/ CIF)	20%	20%	20%	20%	20%
Tasa de estadística (s/CIF)	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Apertura carta de crédito (s/FOB)	1%	3%	0%	3%	1%
Gastos Despachos, portuarios, otros (%/s/cif)	12%	23%	0%	23%	12%
Gastos Flete, Seguro y Otros (s/Nacional.)	2,54%	2,93%	2,14%	2,93%	2,54%
Gastos comerciales, administrativos, financieros, otros (s/deposito)	83%	68%	89%	68%	83%
Margen de utilidad	58%	30%	30%	30%	58%
Coeficiente sin tipo de cambio	4,21	3,51	3,23	3,51	4,36

b. Gastos de nacionalización de Armazones

CONCEPTO	Tipo 1 (metal con o sin marca)	Tipo 2 (plástico fresado)	Tipo 3 (metal segmento medio / alto)	Tipo 4 (plástico inyectado de poliamida)
Flete y seguro (s/FOB)	5%	4%	5%	5%
Arancel (s/ CIF)	18%	18%	18%	18%
Tasa de estadística (s/CIF)	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Apertura carta de crédito (s/FOB)	2%	0%	2%	1%
Gastos Despachos, portuarios, otros (%/s/cif)	49%	0%	49%	12%
Gastos Flete, Seguro y Otros (s/Nacional.)	0,7%	2,14%	0,7%	2,54%
Gastos comerciales, administrativos, financieros, otros (s/deposito)	27%	89%	27%	83%
Margen de utilidad	54%	30%	54%	58%
Coeficiente sin tipo de cambio	3,51	3,10	3,51	4,09

c. Gastos de nacionalización de Gafas pregraduadas

CONCEPTO	Tipo 1 (plástico)	Tipo 2 (metal)
Flete y seguro (s/FOB)	4%	3%
Arancel (s/ CIF)	18%	18%
Tasa de estadística (s/CIF)	0,5%	0,5%
Apertura carta de crédito (s/FOB)	0%	0%
Gastos Despachos, portuarios, otros (%/s/cif)	11%	48%
Gastos Flete, Seguro y Otros (s/Nacional.)	1,5%	0,5%
Gastos comerciales, administrativos, financieros, otros (s/deposito)	70%	193%
Margen de utilidad	61%	8%
Coeficiente sin tipo de cambio	3,71	5,45



d. Tipo de cambio

Año	Tipo de cambio
2008	3,16
2009	3,73
2010	3,91
Ene-mar 2010	3,84
Ene-mar 2011	4,01

Fuente: BCRA

Con respecto a los años 2008, 2009 y a los períodos enero-marzo 2010 y 2011, los coeficientes de nacionalización, sin tipo de cambio, fueron:

Tabla N° A.I.19

a. Coeficientes de nacionalización sin tipo de cambio – Anteojos de sol

Año	Tipo 1 (plástico inyectado, no poliamida)	Tipo 2 (metal con o sin marca)	Tipo 3 (plástico fresado)	Tipo 4 (metal segmento medio / alto)	Tipo 5 (plástico inyectado de poliamida)
2008	5,02	5,34	3,27	5,34	5,06
2009	4,71	4,68	3,17	4,68	4,92
Enero-marzo 2010	4,18	3,48	3,22	3,48	4,32
Enero-marzo 2011	4,39	2,77	3,21	2,77	4,56

b. Coeficientes de nacionalización sin tipo de cambio – Armazones

Año	Tipo 1 (metal con o sin marca)	Tipo 2 (plástico fresado)	Tipo 3 (metal segmento medio / alto)	Tipo 4 (plástico inyectado de poliamida)
2008	4,62	3,17	4,62	4,81
2009	5,34	3,11	5,34	4,59
Enero-marzo 2010	3,49	3,09	3,49	4,06
Enero-marzo 2011	5,11	3,06	5,11	4,27

c. Coeficientes de nacionalización sin tipo de cambio – Gafas pregraduadas

Año	Tipo 1 (plástico)	Tipo 2 (metal)
2008	0	8,43
2009	5,33	4,32
Enero-marzo 2010	3,72	5,50
Enero-marzo 2011	3,73	8,47

*acust*





El régimen arancelario correspondiente al producto bajo análisis, según la NCM y los sufijos nacionales correspondientes al SIM, es el que se detalla en la Tabla a continuación.

Tabla N° A.I.20:  
Régimen arancelario actual (y vigente durante el periodo analizado) del producto investigado

Posición N.C.M./S.I.M.	Denominación	AEC (1)	DIE(2)	DII (3)
<b>9003.</b>	<b>MONTURAS (ARMAZONES) DE GAFAS (ANTEOJOS) O ARTICULOS SIMILARES Y SUS PARTES.</b>			
9003.1	-Monturas (armazones):	18	18	0
9003.11.00	-- De plástico	"	"	"
9003.11.00.1	Coloreadas en la masa	"	"	"
9003.11.00.110	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.11.00.190	Las demás	"	"	"
9003.11.00.9	Las demás	"	"	"
9003.11.00.910	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.11.00.990	Las demás	"	"	"
<b>9003.19</b>	-- De otras materias	"	"	"
9003.19.10	De metal común, incluidas las chapadas de meta preciosos	"	"	"
9003.19.10.1	De titanio (incluidas sus aleaciones)	"	"	"
9003.19.10.110	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.10.190	Las demás	"	"	"
9003.19.10.2	Las demás chapadas de metal precioso	"	"	"
9003.19.10.210	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.10.290	Las demás	"	"	"
9003.19.10.9	Las demás	"	"	"
9003.19.10.910	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.10.990	Las demás	"	"	"
<b>9003.19.90</b>	Las demás	"	"	"
9003.19.90.1	De metal precioso	"	"	"
9003.19.90.110	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.90.190	Las demás	"	"	"
9003.19.90.9	Las demás	"	"	"
9003.19.90.910	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9003.19.90.990	Las demás	"	"	"
<b>9004</b>	<b>GAFAS (ANTEOJOS) CORRECTORAS, PROTECTORAS U OTRAS, Y ARTICULOS SIMILARES</b>			
9004.10.00	-Gafas (anteojos) de sol	20	20	0
<b>9004.10.00.1</b>	<b>Metálicas</b>	"	"	"
9004.10.00.11	De titanio (incluidas sus aleaciones)	"	"	"
9004.10.00.111	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.119	Las demás	"	"	"
9004.10.00.12	De metal precioso o chapadas de metal	"	"	"
9004.10.00.121	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.129	Las demás	"	"	"
9004.10.00.13	De bronce	"	"	"
9004.10.00.131	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.139	Las demás	"	"	"
9004.10.00.19	Las demás	"	"	"
9004.10.00.191	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.199	Las demás	"	"	"
<b>9004.10.00.2</b>	<b>Las demás</b>	"	"	"
9004.10.00.21	Coloreadas en la masa	"	"	"
9004.10.00.211	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"

*aut*



**Tabla N° A.I.20:**

**Régimen arancelario actual (y vigente durante el periodo analizado) del producto investigado. (Cont.)**

9004.10.00.212	Productos alcanzados por la Res. 163/2005 SCT	"	"	"
9004.10.00.219	Las demás	"	"	"
9004.10.00.29	Las demás	"	"	"
9004.10.00.291	Con bisagra tipo "Flex"	"	"	"
9004.10.00.292	Productos alcanzados por la Res. 163/2005 SCT	"	"	"
9004.10.00.299	Las demás	"	"	"
<b>9004.90</b>	<b>-Los demás</b>			
9004.90.10	Gafas (anteojos) correctoras	18	18	0
9004.90.10.1	Monofocales	"	"	"
9004.90.10.11	De plástico	"	"	"
9004.90.10.111	Pregraduadas para la corrección de la presbicia	"	"	"
9004.90.10.119	Las demás	"	"	"
9004.90.10.19	Las demás	"	"	"
9004.90.10.191	Pregraduadas para la corrección de la presbicia	"	"	"
9004.90.10.199	Las demás	"	"	"
9004.90.10.9	Las demás	"	"	"
9004.90.10.91	De plástico	"	"	"
9004.90.10.911	Pregraduadas para la corrección de la presbicia	"	"	"
9004.90.10.919	Las demás	"	"	"
9004.90.10.99	Las demás	"	"	"
9004.90.10.991	Pregraduadas para la corrección de la presbicia	"	"	"
9004.90.10.999	Las demás	"	"	"

<sup>1</sup> Arancel Externo Común

<sup>2</sup> Derecho de Importación Extrazona

<sup>3</sup> Derecho de Importación Intrazona

Fuente: [www.tarifar.com](http://www.tarifar.com) (13-07-2012).

Para el período analizado, tanto el Arancel Externo Común (AEC) como el Derecho de Importación Extrazona (DIE) no tuvieron cambios, siendo los aranceles los presentados en la tabla precedente.

Con respecto a la tasa de estadística, la misma no sufrió modificaciones durante el período analizado, siendo de 0,5 puntos en montos entre U\$S 50 y U\$S 500, según los respectivos valores CIF. Asimismo, cabe destacar que las importaciones originarias de los Estados miembros del MERCOSUR quedaron exceptuadas del pago de la tasa de estadística por el Decreto N° 389/95.

En lo que respecta al Régimen de Origen, debe señalarse que para el comercio intrazona de las mercaderías bajo análisis es aplicable el Régimen de Origen establecido por la Decisión 18/03 del Consejo del Mercado Común del MERCOSUR y los Protocolos Adicionales VII y XXII al AAPCE N° 18, en tanto que las importaciones originarias de Extrazona quedan sujetas al Régimen de Origen dispuesto por la

*aut*



Resolución ex - MEYOSP N° 763/96 si se dan los supuestos previstos en su artículo 2º, incisos a), b) y c)<sup>51</sup>.

Las posiciones bajo análisis cuentan con valores criterio según Resolución General de AFIP N° 3214/2011 con fecha de publicación el 4 de Julio de 2011 la cual modifica a la Resolución General de AFIP N° 3111/2011. A continuación se detallan los valores criterio vigentes:

<sup>51</sup> El artículo 2º de la resolución ex MEYOSP N° 763/96 establece que la Autoridad de Aplicación podrá disponer la presentación de un Certificado de Origen en los siguientes casos:

- a) Cuando el origen de la mercadería cuya importación para consumo se solicita de derecho a la aplicación de preferencias arancelarias o tratamientos diferenciales, incluso en las importaciones de mercaderías originarias de países sin derecho a recibir el trato de Nación Más Favorecida pero que lo gozan en virtud de una decisión unilateral de la República Argentina, quedando excluidos los supuestos contemplados en el artículo 3º (importaciones de mercaderías originarias de los países integrantes del Mercado Común del Sur – MERCOSUR – o de la Asociación Latinoamericana de Integración – ALADI – con los cuales la República Argentina hubiere suscripto Acuerdos de Complementación Económica, las que se ajustarán a los requisitos de origen que se hubieren convenido en dichos Acuerdos).
- b) Cuando la mercadería este sujeta a la aplicación de derechos antidumping, compensatorios o específicos o medidas de salvaguardia, quedando también contempladas las importaciones sujetas a dichos tratamientos en razón de ser originarias de países a los que no se otorga el trato de Nación Más Favorecida.
- c) Cuando el origen de la mercadería deba acreditarse a los fines estadísticos.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



Tabla N° A.I.23:  
Valores criterio vigentes

NCM	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA	VALOR FOB U\$S	UNIDAD	GRUPO DE ORIGEN
9003.11.00	Monturas de gafas, de plástico, coloreadas en la masa, con bisagra tipo flex.	2,88	Unidad	GR4
9003.11.00	Monturas de gafas, de plástico, coloreadas en la masa, sin bisagra tipo flex.	2,36	Unidad	GR4
9003.11.00	Monturas de gafas, de plástico, sin colorear en la masa, con bisagra tipo flex.	1,83	Unidad	GR4
9003.11.00	Monturas de gafas, de plástico, sin colorear en la masa, sin bisagra tipo flex.	1,31	Unidad	GR4
9003.19.10	Monturas de gafas, de metal común, excepto de titanio, con bisagra tipo flex.	3,14	Unidad	GR4
9003.19.10	Monturas de gafas, de metal común, excepto de titanio, sin bisagra tipo flex.	2,09	Unidad	GR4
9003.19.10	Monturas de gafas, de titanio (incluidas sus aleaciones), con bisagra tipo flex.	7,85	Unidad	GR4
9003.19.10	Monturas de gafas, de titanio (incluidas sus aleaciones), sin bisagra tipo flex.	7,07	Unidad	GR4
9003.19.90	Monturas de gafas, excepto las de plástico o metal común, con bisagra tipo flex.	2,09	Unidad	GR4
9003.19.90	Monturas de gafas, excepto las de plástico o metal común, sin bisagra tipo flex.	1,57	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol de titanio (incluida sus aleaciones), con bisagra tipo flex, sin estuche	20,94	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol de titanio (incluida sus aleaciones), con bisagra tipo flex, con estuche	21,44	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol de titanio (incluida sus aleaciones), sin bisagra tipo flex, sin estuche	15,71	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol de titanio (incluida sus aleaciones), sin bisagra tipo flex, con estuche	16,21	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol metálicas, excepto las de titanio, con bisagra tipo flex, sin estuche	3,14	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol metálicas, excepto las de titanio, con bisagra tipo flex, con estuche	3,64	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol metálicas, excepto las de titanio, sin bisagra tipo flex, sin estuche	2,09	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol metálicas, excepto las de titanio, sin bisagra tipo flex, con estuche	2,59	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, coloreadas en la masa, con bisagra tipo flex, sin estuche	5,24	Unidad	GR4

*Handwritten signature/initials in blue ink.*



Tabla N° A.I.23:  
Valores criterio vigentes. Cont.)

9004.10.00	Gafas de sol, coloreadas en la masa, con bisagra tipo flex, con estuche	5,74	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, coloreadas en la masa, sin bisagra tipo flex, sin estuche	4,19	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, coloreadas en la masa, sin bisagra tipo flex, con estuche	4,69	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, excepto las metálicas y las coloreadas en la masa, con bisagra tipo flex, sin estuche	2,09	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, excepto las metálicas y las coloreadas en la masa, con bisagra tipo flex, con estuche	2,59	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, excepto las metálicas y las coloreadas en la masa, sin bisagra tipo flex, sin estuche	1,57	Unidad	GR4
9004.10.00	Gafas de sol, excepto las metálicas y las coloreadas en la masa, sin bisagra tipo flex, con estuche	2,07	Unidad	GR4
9004.90.10	Gafas correctoras, excepto monofocales, sin estuche	4,19	Unidad	GR4
9004.90.10	Gafas correctoras, excepto monofocales, con estuche	4,69	Unidad	GR4
9004.90.10	Gafas correctoras, monofocales, sin estuche	2,62	Unidad	GR4
9004.90.10	Gafas correctoras, monofocales, con estuche	3,12	Unidad	GR4

Nota: Grupo de países 4: COREA DEMOCRÁTICA, COREA REPUBLICANA, CHINA, FILIPINAS, HONG KONG, INDIA, INDONESIA, MALASIA, PAKISTAN, TAIWAN, THAILANDIA, SINGAPUR Y VIETNAM.

Para finalizar, el producto investigado no cuenta con Licencias de importación no Automáticas.

Cuadros N° 14.a, 14.b, 14.c y 14.d: Consumo Aparente

Para el cálculo del consumo aparente en unidades, se consideró como "ventas de producción nacional al mercado interno" las ventas al mercado interno de las empresas que componen el relevamiento, más las ventas del resto. Estas últimas, fueron estimadas en base a la relación ventas/producción del relevamiento.

Con respecto a las ventas al mercado interno de importaciones del origen investigado, se consideraron las ventas al mercado interno de las empresas GLASSORAMA, LOVELI, y BRUCK'S informadas en sus respuestas al Cuestionario para el Importador, mientras que en el caso de la empresa HORZY se consideraron las importaciones de DGA ya que no se pudo verificar la información referida a ventas.

*aud*



En todos los casos, las importaciones informadas por estas empresas no diferían de las de fuente DGA. Asimismo, las existencias informadas por LOVELL, resultaron consistentes con las existencias teóricas, en tanto que HORZY, GLASSORAMA y BRUCKS, no informaron dicha variable (fs. 4240, 4652, 4444 y 4678). Para el resto de las empresas importadoras, se consideraron sus importaciones, ya que, en el caso de WARSZAWSKI y MANIK, si bien informaron ventas al mercado interno, las existencias presentadas registraron importantes diferencias con las existencias teóricas calculadas, mientras que, SOVANO y ARITAM no informaron ventas.

Asimismo, en el caso de los orígenes no investigados, se consideraron como ventas al mercado interno de importaciones presentadas en los Cuadros N° 11.1.

Cuadros N° 15.a, 15.b, 15.c y 15.d: Relación importaciones / producción nacional

*amb*  
La relación entre las importaciones investigadas (en forma agregada y desagregada) y la producción nacional de anteojos de sol y arzones fue calculada como el cociente de ambas variables, multiplicado por 100 (Cuadros N° 11.1 y N° 1).



**En algunos cuadros de este informe se utilizan algunas de las siguientes convenciones:**

**General**

- s/d:** Sin dato.
- s/op:** Sin operación. Corresponde a cuadros de Precios, en cantidades y valores corresponde "0".
- n/c:** No corresponde. Se refiere a periodos donde la empresa no fabricaba aún el producto o modelo en cuestión. En la práctica puede ser "0" ó "s/op" pero dicho resultado no deriva de fluctuaciones económicas o estacionales sino de la ausencia de producción.
- d/c:** Dato contradictorio.
- s/v:** Sin variación.
- No se puede efectuar el cálculo. Se aplica en casos en que el cálculo resulta en una indeterminación -ej. Cociente con divisor cero- o donde los datos no permiten efectuar la operación -ej. Cociente entre dato no numérico y número-.

**Participaciones**

- La suma de las participaciones puede no coincidir con los totales y subtotales por razones de redondeo.

**Confidencialidad**

- En la versión confidencial de este informe se presenta en itálica y negrita la información confidencial. En la versión pública de este informe, que se incorpora al expediente, dicha información se presenta con asteriscos.

**Variaciones**

- Las variaciones corresponden al mismo período de cada año, excepto especificaciones particulares.

**Periodo de Referencia**

- El período de referencia se muestra en el área sombreada.

*Handwritten signature and arrow pointing to the 'Periodo de Referencia' section.*

## Cuadro N° 1.a.1

## Producción de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI (1)	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO (2)	TOTAL NACIONAL
2008	0	62.000	55.136	294.722	411.858	243.200	655.058
2009	60.715	50.000	50.693	266.582	427.990	65.786	493.776
2010	188.101	40.000	50.126	274.888	553.115	66.885	620.000
Ene-Mar 10	35.221	6.000	12.636	63.354	117.211	37.789	155.000
Ene-Mar 11	70.022	5.000	14.847	53.625	143.494	6.506	150.000
Var. 2009 / 2008	-	-19%	-8%	-10%	4%	-73%	-25%
Var. 2010 / 2009	210%	-20%	-1%	3%	29%	2%	26%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	99%	-17%	18%	-15%	22%	-83%	-3%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI (1)	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO (2)	TOTAL NACIONAL
2008	0	9	8	45	63	37	100
2009	12	10	10	54	87	13	100
2010	30	6	8	44	89	11	100
Ene-Mar 10	23	4	8	41	76	24	100
Ene-Mar 11	47	3	10	36	96	4	100

Nota 1: Cabe mencionar que se estimó la producción de la empresa LGI para el período enero-marzo 2010, a partir de los datos que presentaron las otras empresas del relevamiento.

Nota 2: Cabe mencionar que las empresas MAS DE LO QUE VES y ANTEOFER presentaron datos de producción propia, los que se presentan desagregados en las Notas Metodológicas.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 1.a.2**  
**Producción relativa de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES - Total nacional**

En unidades

Periodo	Serie de cantidades		Índice 1: NIVEL GENERAL		Índice 2: Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y fabricación de relojes	
	Serie original En unidades	Base 2008 = 100	Producción relativa [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 = 100]	Producción relativa [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 = 100]
<b>Total</b>						
2008	655.058	100	100	100	100	100
2009	493.776	75	75	101	77	97
2010	620.000	95	84	112	90	105
		<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>

Nota: Se presenta sólo la información correspondiente a los años completos del período investigado.  
 Fuente: CNCE, sobre la base de información obrante en el expediente de referencia e INDEC:



## Cuadro N° 1.b.1

## Producción de ANTEOJOS DE SOL

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI (1)	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL (2)
2008	0	12.000	19.087	211.694	242.781	143.361	386.142
2009	0	10.000	21.979	187.663	219.642	33.761	253.403
2010	7.751	6.000	19.100	176.851	209.702	25.358	235.060
Ene-Mar 10	0	1.000	2.246	12.109	15.355	4.950	20.305
Ene-Mar 11	2.970	1.500	2.500	18.346	25.316	1.148	26.464
Var. 2009 / 2008	s/v	-17%	15%	-11%	-10%	-76%	-34%
Var. 2010 / 2009	-	-40%	-13%	-6%	-5%	-25%	-7%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-	50%	11%	52%	65%	-77%	30%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI (1)	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL (2)
2008	0	3	5	55	63	37	100
2009	0	4	9	74	87	13	100
2010	3	3	8	75	89	11	100
Ene-Mar 10	0	5	11	60	76	24	100
Ene-Mar 11	11	6	9	69	96	4	100

Nota 1: Cabe mencionar que se estimó la producción de la empresa LGI para el período enero-marzo 2010, a partir de los datos que presentaron las otras

Nota 2: Cabe mencionar que la producción nacional de anteojos de sol fue estimada a partir de los datos presentados por las empresas del relevamiento.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro Nº 1.b.2**  
**Producción relativa de ANTEOJOS DE SOL - Total nacional**

En unidades

Período	Serie de cantidades		Índice 1: NIVEL GENERAL		Índice 2: Fabricación de instrumentos medicos, opticos y de precision y fabricacion de relojes	
	Serie original En unidades	Base 2008 = 100	Producción relativa [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 = 100]	Producción relativa [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 = 100]
2008	386.142	100	100	100	100	100
2009	253.403	66	65	101	67	97
2010	235.060	61	54	112	58	105
<b>Total</b>		<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	
			100	100	100	
			65	101	67	
			54	112	58	

Nota: Se presenta sólo la información correspondiente a los años completos del período investigado.  
 Fuente: CNCE, sobre la base de información obrante en el expediente de referencia e INDEC.



## Cuadro N° 1.c.1

## Producción de ARMAZONES

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI (1)	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL (2)
2008	0	50.000	36.049	83.028	169.077	99.839	288.916
2009	60.715	40.000	28.714	78.919	208.348	32.025	240.373
2010	180.350	34.000	31.026	98.037	343.413	41.527	384.940
Ene-Mar 10	35.221	5.000	10.390	51.245	101.856	32.839	134.695
Ene-Mar 11	67.052	3.500	12.347	35.279	118.178	5.358	123.536
Var. 2009 / 2008	-	-20%	-20%	-5%	23%	-68%	-11%
Var. 2010 / 2009	197%	-15%	8%	24%	65%	30%	60%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	90%	-30%	19%	-31%	16%	-84%	-8%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI (1)	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL (2)
2008	0	19	13	31	63	37	100
2009	25	17	12	33	87	13	100
2010	47	9	8	25	89	11	100
Ene-Mar 10	26	4	8	38	76	24	100
Ene-Mar 11	54	3	10	29	96	4	100

Nota 1: Cabe mencionar que se estimó la producción de la empresa LGI para el período enero-marzo 2010, a partir de los datos que presentaron las otras empresas

Nota 2: Cabe mencionar que la producción nacional de armazones fue estimada a partir de los datos presentados por las empresas del relevamiento.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.





*[Handwritten signature]*

**Cuadro N° 1.c.2**  
**Producción relativa de ARMAZONES - Total nacional**

En unidades

Período	Serie de cantidades		Índice 1: NIVEL GENERAL		Índice 2: Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión y fabricación de relojes	
	Serie original En unidades	Base 2008 = 100	Producción relativa [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 = 100]	Producción relativa [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 = 100]
	<b>Total</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	<b>Promedio</b>	
2008	268.916	100	100	100	100	
2009	240.373	89	89	101	92	
2010	384.940	143	127	112	136	

Nota: Se presenta sólo la información correspondiente a los años completos del período investigado.  
 Fuente: CNCE, sobre la base de información obrante en el expediente de referencia e INDEC;

## Cuadro N° 2.a.1

## Ventas al mercado interno de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES

En UNIDADES

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	45.028	52.168	163.609	260.805
2009	0	49.755	43.937	151.890	245.582
2010	20.110	38.924	42.030	168.207	269.271
Ene-Mar 10	2.998	11.537	12.312	42.932	69.779
Ene-Mar 11	7.382	7.943	11.966	38.205	65.496
Var. 2009 / 2008	-	10%	-16%	-7%	-6%
Var. 2010 / 2009	-	-22%	-4%	11%	10%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	146%	-31%	-3%	-11%	-6%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

## Cuadro N° 2.a.1 (Cont.)

## Ventas al mercado interno de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES

En PESOS

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	2.278.422	3.803.197	19.213.542	25.295.161
2009	0	2.566.271	3.880.035	21.263.483	27.709.788
2010	1.559.027	3.306.888	4.728.857	29.311.523	38.906.295
Ene-Mar 10	231.631	767.319	1.200.762	6.339.628	8.539.340
Ene-Mar 11	278.126	763.041	1.458.146	7.938.356	10.457.669
Var. 2009 / 2008	-	13%	2%	11%	10%
Var. 2010 / 2009	-	29%	22%	38%	40%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	20%	2%	21%	25%	22%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



*Handwritten signature and initials in blue ink.*



## Cuadro N° 2.a.2

## Ingresos Medios por Ventas de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES

En PESOS por UNIDAD

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	s/op	50,60	72,90	117,44	96,99
2009	s/op	51,58	88,31	139,99	112,83
2010	77,52	84,96	112,51	174,26	144,49
Ene-Mar 10	77,26	66,51	97,53	147,67	122,38
Ene-Mar 11	37,68	98,58	121,86	207,78	159,67
Var. 2009 / 2008	-	2%	21%	19%	16%
Var. 2010 / 2009	-	65%	27%	24%	28%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-51%	48%	25%	41%	30%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.





## Cuadro N° 2.b.1

## Ventas al mercado interno de ANTEOJOS DE SOL

En UNIDADES

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	9.663	17.538	108.967	136.168
2009	0	5.086	18.334	97.956	121.376
2010	7.751	4.191	16.564	107.677	136.183
Ene-Mar 10	0	844	2.420	15.401	18.665
Ene-Mar 11	2.970	546	3.402	13.260	20.178
Var. 2009 / 2008	-	-47%	5%	-10%	-11%
Var. 2010 / 2009	-	-18%	-10%	10%	12%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-	-35%	41%	-14%	8%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

## Cuadro N° 2.b.1 (Cont.)

## Ventas al mercado interno de ANTEOJOS DE SOL

En PESOS

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	488.949	2.009.102	13.697.423	16.195.474
2009	0	262.273	2.204.269	14.096.162	16.562.704
2010	600.677	356.152	2.397.172	19.425.953	22.779.954
Ene-Mar 10	0	82.640	306.503	2.217.969	2.607.112
Ene-Mar 11	106.420	53.795	472.156	2.697.064	3.329.435
Var. 2009 / 2008	-	-46%	10%	3%	2%
Var. 2010 / 2009	-	36%	9%	38%	3%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-	-35%	54%	22%	28%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



*Handwritten signatures and initials*

**Cuadro N° 2.b.2**

**Ingresos Medios por Ventas de ANTEOJOS DE SOL**

En PESOS por UNIDAD

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	s/op	50,60	114,56	125,70	118,94
2009	s/op	51,57	120,23	143,90	136,46
2010	77,50	84,98	144,72	180,41	167,27
Ene-Mar 10	s/op	97,92	126,65	144,01	139,68
Ene-Mar 11	35,83	98,53	138,79	203,40	165,00
Var. 2009 / 2008	-	2%	5%	14%	15%
Var. 2010 / 2009	-	65%	20%	25%	23%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-	1%	10%	41%	18%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



## Cuadro N° 2.c.1

## Ventas al mercado interno de ARMAZONES

En UNIDADES

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	35.365	34.630	54.642	124.637
2009	0	44.669	25.603	53.934	124.206
2010	12.359	34.733	25.466	60.530	133.088
Ene-Mar 10	2.998	10.693	9.892	27.531	51.114
Ene-Mar 11	4.412	7.397	8.564	24.945	45.318
Var. 2009 / 2008	-	26%	-26%	-1%	0%
Var. 2010 / 2009	-	-22%	-1%	12%	7%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	47%	-31%	-13%	-9%	-11%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

## Cuadro N° 2.c.1 (Cont.)

## Ventas al mercado interno de ARMAZONES

En PESOS

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	1.789.472	1.794.095	5.516.120	9.099.687
2009	0	2.303.998	1.675.766	7.167.321	11.147.085
2010	958.350	2.950.736	2.331.685	9.885.571	16.126.342
Ene-Mar 10	231.631	684.679	894.259	4.121.659	5.932.228
Ene-Mar 11	171.706	729.246	985.990	5.241.292	7.128.234
Var. 2009 / 2008	-	29%	-7%	30%	22%
Var. 2010 / 2009	-	28%	39%	38%	45%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-26%	7%	10%	27%	20%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



*Handwritten signature/initials*

**Cuadro N° 2.c.2**

**Ingresos Medios por Ventas de ARMAZONES**

En PESOS por UNIDAD

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	s/op	50,60	51,81	100,95	73,01
2009	s/op	51,58	65,45	132,89	89,75
2010	77,54	84,95	91,56	163,32	121,17
Ene-Mar 10	77,26	64,03	90,40	149,71	116,06
Ene-Mar 11	38,92	98,59	115,13	210,11	157,29
Var. 2009 / 2008	-	2%	26%	32%	23%
Var. 2010 / 2009	-	65%	40%	23%	35%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-50%	54%	27%	40%	36%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 3.a**

**Exportaciones de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES**

En UNIDADES

Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	0	0	128	96.734	96.862	9.336	106.198
2009	48.232	0	2.134	56.621	106.987	34.314	141.301
2010	170.811	0	3.371	66.305	240.487	13.851	254.338
Ene-Mar 10	21.102	0	s/d	8.229	29.331	11.574	40.905
Ene-Mar 11	38.303	0	164	20.026	58.493	2.909	61.402
Var. 2009 / 2008	-	s/v	1567%	-41%	10%	268%	33%
Var. 2010 / 2009	254%	s/v	58%	17%	125%	-60%	80%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	82%	s/v	-	143%	99%	-75%	50%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.

**Cuadro N° 3.a (Cont.)**

**Coefficientes de exportación de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES**

En porcentajes

Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	-	0	0,2	33	24	4	16
2009	79	0	4	21	25	52	29
2010	91	0	7	24	43	21	41
Ene-Mar 10	60	0	-	13	25	31	26
Ene-Mar 11	55	0	1	37	41	45	43

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.



*[Handwritten signature]*

**Cuadro N° 3.b**

**Exportaciones de ANTEOJOS DE SOL**

En UNIDADES

Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	0	0	128	78.719	78.847	11.124	89.971
2009	0	0	652	46.993	47.645	23.853	71.498
2010	0	0	2.138	53.702	55.840	3.396	59.236
Ene-Mar 10	0	0	s/d	5.179	5.179	1.786	6.965
Ene-Mar 11	0	0	0	10.279	10.279	6.594	16.873
Var. 2009 / 2008	s/v	s/v	409%	-40%	-40%	114%	-21%
Var. 2010 / 2009	s/v	s/v	228%	14%	17%	-86%	-17%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	s/v	s/v	-	98%	98%	269%	142%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.

**Cuadro N° 3.b (Cont.)**

**Coefficientes de exportación de ANTEOJOS DE SOL**

En porcentajes

Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	0	0	1	37	32	8	23
2009	0	0	3	25	22	71	28
2010	0	0	11	30	27	13	25
Ene-Mar 10	0	0	-	43	34	36	34
Ene-Mar 11	0	0	0	56	41	d/c	64

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.



## Cuadro N° 3.c

## Exportaciones de ARMAZONES

En UNIDADES

Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	0	0	0	18.015	18.015	d/c	16.227
2009	48.232	0	1.482	9.628	59.342	10.461	69.803
2010	170.811	0	1.233	12.603	184.647	10.455	195.102
Ene-Mar 10	21.102	0	s/d	3.050	24.152	9.788	33.940
Ene-Mar 11	38.303	0	164	9.747	48.214	d/c	44.529
Var. 2009 / 2008	-	s/v	-	-47%	229%	d/c	330%
Var. 2010 / 2009	254%	s/v	-17%	31%	211%	-0,1%	180%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	82%	s/v	-	220%	100%	d/c	31%

Nota: Las inconsistencias detectadas en el año 2008 y el período enero-marzo 2011 entre el total de fuente DGA y los datos aportados por el relevamiento pueden deberse a cuestiones de clasificación arancelaria o de oficialización o declaración temporal de los despachos.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.

## Cuadro N° 3.c (Cont.)

## Coeficientes de exportación de ARMAZONES

En porcentajes

Anual

PERÍODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	-	0	0	22	11	-	6
2009	79	0	5	12	28	33	29
2010	95	0	4	13	54	25	51
Ene-Mar 10	60	0	-	6	24	30	25
Ene-Mar 11	57	0	1	28	41	-	36

Nota: Las inconsistencias detectadas en el año 2008 y el período enero-marzo 2011 entre el total de fuente DGA y los datos aportados por el relevamiento pueden deberse a cuestiones de clasificación arancelaria o de oficialización o declaración temporal de los despachos.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.



**Cuadro N° 4.a**

**Existencias de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES**

En UNIDADES

Al final de cada período

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2007	0	s/d	7.560	186.721	194.281
2008	0	23.472	10.400	221.100	254.972
2009	12.483	23.717	15.022	279.171	330.393
2010	9.663	24.793	19.747	319.547	373.750
Mar 10	23.604	s/d	s/d	290.906	314.510
Mar 11	34.000	21.850	22.464	316.817	395.131
Var. 2009 / 2008	-	1%	44%	26%	30%
Var. 2010 / 2009	-23%	5%	31%	14%	13%
Var. Mar 11 / Mar 10	44%	-	-	9%	26%

Nota: Por las inconsistencias detectadas, ver Notas Metodológicas.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

**Cuadro N° 4.a (Cont.)**

**Relación Existencias - Ventas mensuales promedio de ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES**

En meses de venta promedio

Al final de cada período

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	-	6	2	16	12
2009	-	6	4	22	16
2010	6	8	6	23	17
Mar 10	24	-	-	20	14
Mar 11	14	8	6	25	18

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



*[Handwritten signature]*

## Cuadro N° 4.b

## Existencias de ANTEOJOS DE SOL

En UNIDADES

Al final de cada período

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2007	0	s/d	3.200	118.646	121.846
2008	0	4.337	4.621	142.654	151.612
2009	0	9.251	7.614	185.368	202.233
2010	0	11.060	8.012	200.840	219.912
Mar 10	0	s/d	s/d	176.439	176.439
Mar 11	0	12.014	7.110	196.050	215.174
Var. 2009 / 2008	s/v	113%	65%	30%	33%
Var. 2010 / 2009	s/v	20%	5%	8%	9%
Var. Mar 11 / Mar 10	s/v	-	-	11%	22%

Nota: Por las inconsistencias detectadas, ver Notas Metodológicas.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

## Cuadro N° 4.b (Cont.)

## Relación Existencias - Ventas mensuales promedio de ANTEOJOS DE SOL

En meses de venta promedio

Al final de cada período

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	5	3	16	13
2009	0	22	5	23	20
2010	0	32	6	22	19
Mar 10	0	-	-	34	28
Mar 11	0	66	6	44	32

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 4.c**

**Existencias de ARMAZONES**

En UNIDADES

Al final de cada período

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2007	0	s/d	4.360	68.075	72.435
2008	0	19.135	5.779	78.446	103.360
2009	12.483	14.466	7.408	93.803	128.160
2010	9.663	13.733	11.735	118.707	153.838
Mar 10	23.604	s/d	s/d	114.467	138.071
Mar 11	34.000	9.836	15.354	120.767	179.957
Var. 2009 / 2008	s/v	-24%	28%	20%	24%
Var. 2010 / 2009	-23%	-5%	58%	27%	20%
Var. Mar 11 / Mar 10	44%	-	-	6%	30%

Nota: Por las inconsistencias detectadas, ver Notas Metodológicas.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

**Cuadro N° 4.c (Cont.)**

**Relación Existencias - Ventas mensuales promedio de ARMAZONES**

En meses de venta promedio

Al final de cada período

PERÍODO	ALBACETE	FRANCIONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO
2008	0	6	2	17	10
2009	0	4	3	21	12
2010	9	5	6	24	14
Mar 10	24	-	-	12	8
Mar 11	23	4	5	15	12

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 5**  
**Capacidad de Producción de ARMAZONES**  
 En UNIDADES

PERIODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	0	1.000.000	1.050.000	1.200.000	3.250.000	4.750.000	8.000.000
2009	750.000	1.000.000	1.050.000	1.200.000	4.000.000	4.000.000	8.000.000
2010	1.800.000	1.000.000	1.260.000	1.200.000	5.260.000	2.480.000	7.740.000
Ene-Mar 10	450.000	249.999	315.000	300.000	1.314.999	620.001	1.935.000
Ene-Mar 11	450.000	249.999	315.000	300.000	1.314.999	620.001	1.935.000
Var. 2009 / 2008	-	s/v	s/v	s/v	23%	-16%	s/v
Var. 2010 / 2009	140%	s/v	s/v	s/v	32%	-38%	-3%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	s/v	s/v	s/v	s/v	s/v	s/v	s/v

Nota: Se consideraron entre 3 turnos de trabajo para el cálculo de la capacidad máxima. Para detalles sobre los turnos de trabajo considerados en cada caso y los cálculos realizados, ver Notas Metodológicas.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

**Cuadro N° 5 (cont.)**  
**Grado de utilización de la capacidad de producción de ARMAZONES**

En porcentajes

PERIODO	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	RELEVAMIENTO	RESTO	TOTAL NACIONAL
2008	-	6	5	25	13	5	8
2009	8	5	5	22	11	2	6
2010	10	4	4	23	11	3	8
Ene-Mar 10	8	2	4	21	9	6	8
Ene-Mar 11	16	2	5	18	11	1	8

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 6**  
**Indicadores de Empleo del RELEVAMIENTO**



**a. Nivel de Empleo**

En cantidad de personas - promedio anual

PERÍODO	Área de Producción				
	ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES				
	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	Total Relevamiento
2008	0	35	31	44	66
2009	43	52	31	43	126
2010	51	40	30	48	121
Ene-Mar 10	43	47	31	49	121
Ene-Mar 11	51	40	30	45	121
Var. 2009 / 2008	-	49%	s/v	-2%	91%
Var. 2010 / 2009	19%	-23%	-3%	12%	-4%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	19%	-15%	-3%	-8%	s/v

**b. Masa Salarial**

En PESOS

PERÍODO	Área de Producción				
	ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES				
	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI (*)	Total Relevamiento
2008	0	665.510	946.496	1.748.358	1.612.006
2009	764.766	875.081	1.113.787	1.907.922	2.753.634
2010	2.207.196	964.990	1.392.490	2.454.951	4.564.675
Ene-Mar 10	487.523	272.179	302.476	707.279	1.062.178
Ene-Mar 11	574.733	253.639	400.660	492.775	1.229.032
Var. 2009 / 2008	-	31%	18%	9%	71%
Var. 2010 / 2009	189%	10%	25%	29%	66%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	18%	-7%	32%	-30%	16%

(\*) Incluye SAC.

**c. Salario Medio Mensual**

En PESOS por empleado

PERÍODO	Área de Producción				
	ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES				
	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI (*)	Total Relevamiento
2008	-	1.585	2.544	3.057	2.035
2009	1.482	1.402	2.994	3.413	1.821
2010	3.607	2.010	3.868	3.934	3.144
Ene-Mar 10	3.779	1.930	3.252	4.811	2.926
Ene-Mar 11	3.756	2.114	4.452	3.650	3.386
Var. 2009 / 2008	-	-11%	18%	12%	-11%
Var. 2010 / 2009	143%	43%	29%	15%	73%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-1%	9%	37%	-24%	16%

(\*) Eslimado

**d. Producto Físico Medio del Empleo**

En UNIDADES por empleado / mes

PERÍODO	Área de Producción				
	ANTEOJOS DE SOL Y ARMAZONES				
	ALBACETE	FRANCONI	LGI	RANIERI	Total Relevamiento
2008	-	148	148	558	520
2009	118	80	136	517	283
2010	307	83	139	477	381
Ene-Mar 10	273	43	136	431	104
Ene-Mar 11	458	42	165	397	18
Var. 2009 / 2008	-	-46%	-8%	-7%	-46%
Var. 2010 / 2009	161%	4%	2%	-8%	35%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	68%	-2%	21%	-8%	-83%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.

*Handwritten signature*

**Cuadro N° 7**  
**Estructura de Costos Promedio de ANTEOJOS DE SOL y ARMAZONES**  
 En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	64%	***	65%	***	63%	***	71%	27%	12%	10%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	36%	***	35%	***	37%	***	29%	19%	21%	-22%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%	24%	15%	-2%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	106,52		127,41		160,34		185,69		20%	26%	16%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132				
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>											

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



*Handwritten signature*

**Cuadro N° 7.1**  
**Estructura de Costos Promedio de ANTEOJOS DE SOL**  
 En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011	
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	64%	***	65%	***	63%	***	71%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	36%	***	35%	***	37%	***	29%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	124,06		139,70		175,29		189,86	
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***	
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132	

Variaciones Porcentuales			
2009/2008	2010/2009	2011/2010	
21%	13%	7%	
15%	22%	-23%	
19%	16%	-4%	
13%	25%	8%	

IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100

Nota 1: el presente cuadro fue confeccionado con la información proporcionada por las firmas RANIERI y LGI.

Nota 2: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



Cuadro N° 7.1.1

Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL

EMPRESA: LGI

Modelo indicativo: Anteojos de sol de plástico inyectado (no incluye poliámidas), sin patilla flex y con ó sin bisagra metálica, sin marca ó de marca propia, con lentes acrílicas. (modelos iny. Línea up)  
Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 15% de la facturación de anteojos de sol.

En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales			
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010	
Insumos nacionales	5,80	10%	7,30	10%	7,70	9%	7,70	9%	7,70	10%	7,70	10%	26%	5%	5%	S/V
estuche	7,13	12%	9,13	12%	10,00	11%	10,43	11%	10,43	14%	2,83	14%	26%	10%	10%	S/V
Insumos importados	2,03	3%	2,56	3%	2,83	3%	2,83	3%	2,83	4%	2,83	4%	26%	11%	11%	S/V
patilla	1,78	3%	2,24	3%	2,47	3%	2,47	3%	2,47	3%	2,47	3%	26%	10%	10%	S/V
bisagra	1,59	3%	1,95	3%	2,13	2%	2,13	2%	2,13	3%	2,13	3%	23%	9%	9%	2%
escudo	0,16	0%	0,20	0%	0,31	0%	0,31	0%	0,31	0%	0,31	0%	25%	55%	55%	3%
lente	1,57	3%	2,18	3%	2,26	3%	2,26	3%	2,26	3%	2,63	3%	39%	4%	4%	16%
Mano de obra directa	19,96	34%	24,12	32%	34,48	39%	37,19	39%	37,19	48%	37,19	48%	21%	43%	43%	8%
Costos variables de fabricación	1,88	3%	2,11	3%	2,86	3%	2,52	3%	2,52	3%	2,52	3%	12%	36%	36%	-12%
Energía eléctrica	0,57	1%	1,04	1%	1,04	1%	0,92	1%	0,92	1%	0,92	1%	82%	0%	0%	-12%
Otros costos variables de fabricación	1,31	2%	1,07	1%	1,82	2%	1,60	2%	1,60	2%	1,60	2%	-18%	70%	70%	-12%
Royalties	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%				
Gastos Variables de Comercialización	1,97	3%	2,08	3%	2,39	3%	1,07	3%	1,07	1%	1,07	1%	6%	15%	15%	-55%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>36,74</b>	<b>63%</b>	<b>44,74</b>	<b>60%</b>	<b>57,43</b>	<b>65%</b>	<b>58,91</b>	<b>65%</b>	<b>58,91</b>	<b>77%</b>	<b>58,91</b>	<b>77%</b>	<b>22%</b>	<b>28%</b>	<b>28%</b>	<b>3%</b>
Costos fijos de Fabricación	3,71	6%	4,35	6%	2,77	3%	0,86	3%	0,86	1%	0,86	1%	17%	-36%	-36%	-69%
Mano de obra indirecta	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%				
Otros Costos fijos de producción	3,71	6%	4,35	6%	2,77	3%	0,86	3%	0,86	1%	0,86	1%	17%	-36%	-36%	-69%
Otros (administr., comerc., etc.)	17,61	30%	25,23	34%	27,61	31%	16,93	31%	16,93	22%	16,93	22%	43%	9%	9%	-39%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>21,32</b>	<b>37%</b>	<b>29,58</b>	<b>40%</b>	<b>30,38</b>	<b>35%</b>	<b>17,79</b>	<b>35%</b>	<b>17,79</b>	<b>23%</b>	<b>17,79</b>	<b>23%</b>	<b>39%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>-41%</b>
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	<b>58,06</b>	<b>100%</b>	<b>74,32</b>	<b>100%</b>	<b>87,81</b>	<b>100%</b>	<b>76,70</b>	<b>100%</b>	<b>76,70</b>	<b>100%</b>	<b>76,70</b>	<b>100%</b>	<b>28%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>-13%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>93,47</b>		<b>97,24</b>		<b>105,90</b>		<b>107,83</b>		<b>107,83</b>		<b>107,83</b>		<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>	<b>2%</b>
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	<b>1,61</b>		<b>1,31</b>		<b>1,21</b>		<b>1,41</b>		<b>1,41</b>		<b>1,41</b>					
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	<b>100</b>		<b>107</b>		<b>123</b>		<b>132</b>		<b>132</b>		<b>132</b>					
IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100																

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





**Cuadro N° 7.1.1 (Cont.)**  
**Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

2010/2009	
\$	Participación
10,36	69%
2,38	16%
0,87	6%
0,75	5%
0,40	3%
0,31	2%
0,00	0%
15,07	100%

Mano de Obra Directa
Otros Costos
Insumos Importados
Costos Var. de Fabricación
Insumos Nacionales
Gastos Var. de Comercialización
Royalties
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>

Costos Fijos de Fabricación
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>
-1,58
-1,58
100%
100%

<b>VARIACIÓN NETA</b>
13,49

2009/2008	
\$	Participación
7,62	47%
4,16	26%
2,00	12%
1,50	9%
0,64	4%
0,23	1%
0,11	1%
0,00	0%
16,26	100%

Otros Costos
Mano de Obra Directa
Insumos Importados
Insumos Nacionales
Costos Fijos de Fabricación
Costos Var. de Fabricación
Gastos Var. de Comercialización
Royalties
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>

<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>
0,00

<b>VARIACIÓN NETA</b>
16,26

2011/2010	
\$	Participación
2,71	86%
0,43	14%
0,00	0%
0,00	0%
3,14	100%

Mano de Obra Directa
Insumos Importados
Insumos Nacionales
Royalties
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>

Otros Costos
Costos Fijos de Fabricación
Gastos Var. de Comercialización
Costos Var. de Fabricación
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>
-10,68
-1,91
-1,32
-0,34
-14,25
75%
13%
9%
2%
100%

<b>VARIACIÓN NETA</b>
-11,11

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.



Cuadro N° 7.1.2

Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL

EMPRESA: LGI

Modelo indicativo: Anteojos de sol de metal (no incluye titanio), con ó sin patilla flex y con ó sin bisagra metálica, sin marca ó de marca propia, con lentes acrílicas. (modelo metal up)

Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 41% de la facturación de anteojos de sol.

En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	6.45	11%		7.95	11%		8.50	9%		8.50	9%		23%	7%	
puente	0.65	1%		0.65			0.80			0.80			SV	23%	SV
estuche	5.80	10%		7.30	10%		7.70	9%		7.70	10%		26%	5%	SV
Insumos importados	6.12	11%		8.25	11%		11.67	13%		12.43	16%		35%	41%	7%
perfil metálico	0.56	1%		0.70	1%		0.72	1%		0.75	1%		25%	3%	4%
patilla metal	1.16	2%		1.87	3%		4.21	5%		4.40	6%		61%	125%	5%
cierre de aro	0.72	1%		0.90	1%		1.00	1%		1.04	1%		25%	11%	4%
portaplaquetas	0.16	0%		0.20	0%		0.35	0%		0.36	0%		25%	75%	3%
plaquetas	0.12	0%		0.15	0%		0.25	0%		0.26	0%		25%	67%	4%
terminales	1.83	3%		2.25	3%		2.88	3%		2.99	4%		23%	28%	4%
lente	1.57	3%		2.18	3%		2.26	3%		2.63	3%		39%	4%	16%
Mano de obra directa	19.96	35%		24.12	33%		34.48	38%		37.19	47%		21%	43%	8%
Costos variables de fabricación	1.88	3%		2.11	3%		2.86	3%		2.52	3%		12%	36%	-12%
Energía eléctrica	0.57	1%		1.04	1%		1.04	1%		0.92	1%		82%	SV	-12%
Otros costos variables de fabricación	1.31	2%		1.07	1%		1.82	2%		1.60	2%		-18%	70%	-12%
Royalties	0.00	0%		0.00	0%		0.00	0%		0.00	0%				
Gastos Variables de Comercialización	1.97	3%		2.08	3%		2.39	3%		1.07	1%		6%	15%	-55%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>36.38</b>	<b>63%</b>		<b>44.51</b>	<b>60%</b>		<b>59.90</b>	<b>66%</b>		<b>61.71</b>	<b>78%</b>		<b>22%</b>	<b>35%</b>	<b>3%</b>
Costos fijos de Fabricación	3.71	6%		4.35	6%		2.77	3%		0.86	1%		17%	-36%	-69%
Mano de obra indirecta	0.00	0%		0.00	0%		0.00	0%		0.00	0%				
Otros Costos fijos de producción	3.71	6%		4.35	6%		2.77	3%		0.86	1%		17%	-36%	-69%
Otros (administr.,comerc., etc.)	17.61	31%		25.23	34%		27.61	31%		16.93	21%		43%	9%	-39%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>21.32</b>	<b>37%</b>		<b>29.58</b>	<b>40%</b>		<b>30.38</b>	<b>34%</b>		<b>17.79</b>	<b>22%</b>		<b>39%</b>	<b>3%</b>	<b>-41%</b>
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	<b>57,70</b>	<b>100%</b>		<b>74,09</b>	<b>100%</b>		<b>90,28</b>	<b>100%</b>		<b>79,50</b>	<b>100%</b>		<b>28%</b>	<b>22%</b>	<b>-12%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>111,80</b>			<b>112,60</b>			<b>136,18</b>			<b>125,77</b>			<b>1%</b>	<b>21%</b>	<b>-8%</b>
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	<b>1,94</b>			<b>1,52</b>			<b>1,51</b>			<b>1,58</b>					
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	<b>100</b>			<b>107</b>			<b>123</b>			<b>132</b>					
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>															

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





### Cuadro N° 7.1.2 (Cont.) Diferencias en valores absolutos

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

	2009/2008		2010/2009	
	\$	Participación	\$	Participación
Otros Costos	7,62	46%	10,36	58%
Mano de Obra Directa	4,16	25%	3,42	19%
Insumos Importados	2,13	13%	2,38	13%
Insumos Nacionales	1,50	9%	0,75	4%
Costos Fijos de Fabricación	0,64	4%	0,55	3%
Gastos Var. de Fabricación	0,23	1%	0,31	2%
Gastos Var. de Comercialización	0,11	1%	0,00	0%
Royalties	0,00	0%	17,77	100%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	16,39	100%		

Costos Fijos de Fabricación	-1,58	100%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	-1,58	100%

<b>VARIACIÓN NETA</b>	16,19
-----------------------	-------

	2011/2010	
	\$	Participación
Mano de Obra Directa	2,71	78%
Insumos Importados	0,76	22%
Insumos Nacionales	0,00	0%
Royalties	0,00	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	3,47	100%

Otros Costos	-10,68	75%
Costos Fijos de Fabricación	-1,91	13%
Gastos Var. de Comercialización	-1,32	9%
Costos Var. de Fabricación	-0,34	2%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	-14,25	100%

<b>VARIACIÓN NETA</b>	-10,78
-----------------------	--------

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.





## Cuadro N° 7.1.3

## Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL

## EMPRESA: RANIERI ARGENTINA

Modelo indicativo: Antejos de sol de plástico (acetato), fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio alto ó a los que pagan royalties.

Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 20% de la facturación de anteojos de sol.

En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	***	0%	***	***	0%	***	***	0%	***	0%	***	0%	47%	-7%	-2%
Insumos importados	***	27%	***	***	31%	***	***	27%	***	27%	***	27%	7%	18%	7%
Mano de obra directa	***	10%	***	***	9%	***	***	10%	***	10%	***	10%	3%	-10%	8%
Costos variables de fabricación	***	0%	***	***	0%	***	***	0%	***	0%	***	0%	3%	-10%	8%
Energía eléctrica	***		***	***		***	***		***		***		3%		
Otros costos variables de fabricación	***	0%	***	***	0%	***	***	0%	***	0%	***	0%	3%		
Royalties	***	6%	***	***	7%	***	***	8%	***	8%	***	8%	37%	28%	7%
Gastos Variables de Comercialización	***	22%	***	***	22%	***	***	20%	***	25%	***	25%	23%	1%	21%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	66%	***	***	69%	***	***	65%	***	71%	***	71%	31%	2%	7%
Costos fijos de Fabricación	***	8%	***	***	8%	***	***	7%	***	7%	***	7%	23%	-3%	-3%
Mano de obra indirecta	***	3%	***	***	4%	***	***	3%	***	3%	***	3%	38%	7%	-16%
Mantenimiento	***		***	***		***	***	0%	***	0%	***	0%	-19%	36%	-19%
Depreciación	***		***	***		***	***	1%	***	1%	***	1%	3%	-8%	63%
Otros Costos fijos de producción	***	3%	***	***	3%	***	***	2%	***	2%	***	2%	21%	-16%	-5%
Otros	***	26%	***	***	23%	***	***	28%	***	22%	***	22%	11%	31%	-21%
Financieros	***	4%	***	***	2%	***	***	3%	***	2%	***	2%	-35%	82%	-42%
Administrativos	***	13%	***	***	12%	***	***	12%	***	12%	***	12%	17%	13%	-3%
Fijos de comercialización	***	6%	***	***	6%	***	***	8%	***	8%	***	8%	21%	47%	-0.2%
Otros Costos fijos de producción	***	3%	***	***	3%	***	***	4%	***	4%	***	4%	25%	41%	-93%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	34%	***	***	31%	***	***	35%	***	29%	***	29%	14%	23%	-17%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	***	100%	***	***	100%	***	100%	***	100%	26%	9%	-1%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	121,77		154,13	183,66		183,20			183,20				27%	19%	-0.3%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***	***		***			***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107	123		132			132						
IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100															

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





**Cuadro Nº 7.1.3 (Cont.)  
Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

		2009/2008		2010/2009	
		\$	Participación	\$	Participación
Insumos Importados		***	49%	***	66%
Gastos Var. de Comercialización		***	20%	***	17%
Otros Costos		***	12%	***	15%
Royalties		***	9%	***	2%
Costos Fijos de Fabricación		***	7%	***	0%
Mano de Obra Directa		***	3%	***	100%
Costos Var. de Fabricación		***	0%	***	
Insumos Nacionales		***	0%	***	
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>					
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***		***	
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***		***	

Otros Costos		***		***	
Royalties		***		***	
Mano de Obra Directa		***		***	
Gastos Var. de Comercialización		***		***	
Insumos Nacionales		***		***	
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>					
Insumos Importados		***		***	90%
Costos Fijos de Fabricación		***		***	9%
Costos Var. de Fabricación		***		***	1%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>					
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***		***	100%

		2011/2010	
		\$	Participación
Gastos Var. de Comercialización		***	79%
Mano de Obra Directa		***	12%
Royalties		***	9%
Costos Var. de Fabricación		***	0%
Insumos Nacionales		***	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		***	100%
Otros Costos		***	87%
Insumos Importados		***	10%
Costos Fijos de Fabricación		***	4%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***	

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.

Cuadro N° 7.1.4.a

Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL

EMPRESA: LGI

Modelo indicativo: Anteojos de sol de metal (no incluye titanio), con ó sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/alto ó los que pagan royalties. (modelo metal pr)

Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 44% de la facturación de anteojos de sol.

En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	6,45	11%	7,95	11%	8,50	10%	8,50	11%	23%	7%	SV
puente	0,65	1%	0,65		0,80		0,80		SV	23%	SV
estuche	5,80	10%	7,30	10%	7,70	9%	7,70	10%	26%	5%	SV
Insumos importados	7,00	12%	9,45	13%	10,63	12%	11,32	14%	35%	12%	6%
perfil metálico	0,56	1%	0,70	1%	0,72	1%	0,75	1%	25%	3%	4%
patilla acetato / metal combinada	3,87	7%	5,32	7%	6,05	7%	6,28	8%	37%	14%	4%
cierre de aro	0,72	1%	0,90	1%	1,00	1%	1,04	1%	25%	11%	4%
portaplaquetas	0,16	0%	0,20	0%	0,35	0%	0,36	0%	25%	75%	3%
plaquetas	0,12	0%	0,15	0%	0,25	0%	0,26	0%	25%	67%	4%
lente	1,57	3%	2,18	3%	2,26	3%	2,63	3%	39%	4%	16%
Mano de obra directa	19,96	34%	24,12	32%	34,48	39%	37,19	47%	21%	43%	8%
Costos variables de fabricación	1,88	3%	2,11	3%	2,86	3%	2,52	3%	12%	36%	-12%
Energía eléctrica	0,57	1%	1,04	1%	1,04	1%	0,92	1%	82%	SV	-12%
Otros costos variables de fabricación	1,31	2%	1,07	1%	1,82	2%	1,60	2%	-18%	70%	-12%
Royalties	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%			
Gastos Variables de Comercialización	1,97	3%	2,08	3%	2,39	3%	1,07	1%	6%	15%	-55%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>37,26</b>	<b>64%</b>	<b>45,71</b>	<b>61%</b>	<b>58,86</b>	<b>66%</b>	<b>60,60</b>	<b>77%</b>	<b>23%</b>	<b>29%</b>	<b>3%</b>
Costos fijos de Fabricación	3,71	6%	4,35	6%	2,77	3%	0,86	1%	17%	-36%	-69%
Mano de obra indirecta	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%			
Otros Costos fijos de producción	3,71	6%	4,35	6%	2,77	3%	0,86	1%	17%	-36%	-69%
Otros (administ., commerc, etc.)	17,61	30%	25,23	34%	27,61	31%	16,93	22%	43%	9%	-39%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>21,32</b>	<b>36%</b>	<b>29,58</b>	<b>39%</b>	<b>30,38</b>	<b>34%</b>	<b>17,79</b>	<b>23%</b>	<b>39%</b>	<b>3%</b>	<b>-41%</b>
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	<b>58,58</b>	<b>100%</b>	<b>75,29</b>	<b>100%</b>	<b>89,24</b>	<b>100%</b>	<b>78,39</b>	<b>100%</b>	<b>29%</b>	<b>19%</b>	<b>-12%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>129,84</b>		<b>142,31</b>		<b>176,40</b>		<b>165,42</b>		<b>10%</b>	<b>24%</b>	<b>-6%</b>
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	<b>2,22</b>		<b>1,89</b>		<b>1,98</b>		<b>2,11</b>				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	<b>100</b>		<b>107</b>		<b>123</b>		<b>132</b>				



Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.

**Cuadro Nº 7.1.4.a (Cont.)****Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

2009/2008	
\$	Participación
7,62	46%
4,16	25%
2,45	15%
1,50	9%
0,64	4%
0,23	1%
0,11	1%
0,00	0%
16,71	100%

Otros Costos
Mano de Obra Directa
Insumos Importados
Insumos Nacionales
Costos Fijos de Fabricación
Costos Var. de Fabricación
Gastos Var. de Comercialización
Royalties
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>

0,00
16,71

<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>
<b>VARIACIÓN NETA</b>

2010/2009	
\$	Participación
10,36	67%
2,38	15%
1,18	8%
0,75	5%
0,55	4%
0,31	2%
0,00	0%
15,53	100%

Mano de Obra Directa
Otros Costos
Insumos Importados
Costos Var. de Fabricación
Insumos Nacionales
Gastos Var. de Comercialización
Royalties
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>

-1,58
-1,58

Costos Fijos de Fabricación
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>

13,95
-------

<b>VARIACIÓN NETA</b>
-----------------------

2011/2010	
\$	Participación
2,71	80%
0,69	20%
0,00	0%
0,00	0%
3,40	100%

Mano de Obra Directa
Insumos Importados
Insumos Nacionales
Royalties
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>

-10,68	75%
-1,91	13%
-1,32	9%
-0,34	2%
-14,25	100%

Otros Costos
Costos Fijos de Fabricación
Gastos Var. de Comercialización
Costos Var. de Fabricación
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>

-10,85
--------

<b>VARIACIÓN NETA</b>
-----------------------



Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.

Cuadro N° 7.1.4.b

Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL

EMPRESA: RANIERI ARGENTINA

Modelo indicativo: Anteojos de sol de metal (no incluye titanio), con ó sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio alto ó a los que pagan royalties. Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 37% de la facturación de anteojos de sol.

En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		24%	-2%	-5%
Insumos importados	***	26%		***	28%		***	24%		***	23%		18%	12%	-25%
Mano de obra directa	***	10%		***	10%		***	10%		***	7%		3%	-10%	8%
Costos variables de fabricación	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		3%	-10%	8%
Energía eléctrica	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		8%	39%	30%
Otros costos variables de fabricación	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		11%	12%	24%
Royalties	***	8%		***	7%		***	9%		***	12%		17%	9%	7%
Gastos Variables de Comercialización	***	22%		***	21%		***	21%		***	26%				
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	66%		***	66%		***	63%		***	69%				
Costos fijos de Fabricación	***	8%		***	9%		***	7%		***	7%		23%	-3%	-3%
Mano de obra indirecta	***	3%		***	4%		***	4%		***	3%		38%	7%	-16%
Mantenimiento	***			***			***	0%		***	0%		-19%	36%	-19%
Depreciación	***			***			***	1%		***	1%		3%	-8%	63%
Otros Costos fijos de producción	***	3%		***	3%		***	2%		***	2%		21%	-16%	-5%
Otros	***	26%		***	25%		***	29%		***	24%		11%	31%	-21%
Financieros	***	4%		***	2%		***	3%		***	2%		-35%	82%	-42%
Administrativos	***	13%		***	13%		***	13%		***	13%		17%	13%	-3%
Fijos de comercialización	***	6%		***	6%		***	8%		***	9%		21%	47%	-0.2%
Otros Costos fijos de producción	***	3%		***	4%		***	4%		***	0%		25%	41%	-93%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	34%		***	34%		***	37%		***	31%		14%	23%	-17%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%		***	100%		***	100%		***	100%		16%	14%	-2%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	136.92			149.79			189.29			219.37			9%	26%	16%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***			***			***			***					
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100			107			123			132					
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>															

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



**Cuadro N° 7.1.4.b (Cont.)**  
**Diferencias en valores absolutos**  
 Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

		2009/2008		2010/2009	
		\$	Participación	\$	Participación
Insumos Importados		***	39%	***	55%
Otros Costos		***	19%	***	20%
Gastos Var. de Comercialización		***	16%	***	18%
Costos Fijos de Fabricación		***	11%	***	8%
Mano de Obra Directa		***	11%	***	0%
Royalties		***	4%	***	100%
Costos Var. de Fabricación		***	0%		
Insumos Nacionales		***	0%		
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		***	100%		
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***			
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***			
Insumos Importados		***		***	63%
Costos Fijos de Fabricación		***		***	33%
Costos Var. de Fabricación		***		***	4%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***		***	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***		***	

		2011/2010	
		\$	Participación
Gastos Var. de Comercialización		***	65%
Royalties		***	35%
Costos Var. de Fabricación		***	0%
Insumos Nacionales		***	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		***	100%
Otros Costos		***	61%
Mano de Obra Directa		***	24%
Insumos Importados		***	12%
Costos Fijos de Fabricación		***	3%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***	

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 7.1.4.c**

**Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL**

Promedio de: Anteojos de sol de metal (no incluye titanio), con ó sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio alto ó a los que pagan royalties. En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	65%	***	66%	***	64%	***	70%	17%	13%	2%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	35%	***	34%	***	36%	***	30%	16%	23%	-24%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%	16%	16%	-7%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	135,83		148,53		187,56		207,38		9%	26%	11%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132				
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>											

Nota 1: El presente cuadro fue confeccionado con la información proporcionada por las firmas RANIERI y LGI.

Nota 2: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





Cuadro N° 7.1.5

Estructura de costos de ANTEOJOS DE SOL

EMPRESA: RANIERI ARGENTINA

Modelo indicativo: Anteojos de sol de plástico inyectado de poliamida con ó sin patillas flex. Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 42% de la facturación de anteojos de sol. En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	31%	-6%	11%
Insumos importados	***	21%	***	24%	***	19%	***	20%	7%	18%	30%
Mano de obra directa	***	12%	***	11%	***	11%	***	13%	3%	-10%	8%
Costos variables de fabricación	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	3%	-10%	8%
Energía eléctrica	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	14%	34%	19%
Otros costos variables de fabricación	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	15%	30%	23%
Royalties	***	9%	***	9%	***	10%	***	11%	19%	15%	20%
Gastos Variables de Comercialización	***	20%	***	20%	***	22%	***	25%	19%	15%	20%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	62%	***	63%	***	62%	***	70%	23%	-3%	-3%
Costos fijos de Fabricación	***	9%	***	9%	***	8%	***	7%	38%	7%	-16%
Mano de obra indirecta	***	4%	***	4%	***	4%	***	3%	-19%	36%	-19%
Mantenimiento	***		***		***		***	0%	3%	-8%	63%
Depreciación	***		***		***		***	1%	21%	-16%	-5%
Otros Costos fijos de producción	***	4%	***	4%	***	3%	***	2%	11%	31%	-21%
Otros	***	29%	***	28%	***	31%	***	23%	-35%	82%	-42%
Financieros	***	4%	***	2%	***	4%	***	2%	17%	13%	-3%
Administrativos	***	14%	***	14%	***	14%	***	13%	21%	47%	-0.2%
Fijos de comercialización	***	7%	***	7%	***	9%	***	8%	25%	41%	-93%
Otros Costos fijos de producción	***	4%	***	4%	***	5%	***	0%	14%	23%	-17%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	38%	***	37%	***	38%	***	30%	17%	18%	5%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%	11%	28%	15%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	120,01		133,74		170,82		196,98				
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132				
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>											

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe. Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





**Cuadro N° 7.2**  
**Estructura de Costos Promedio de ARMAZONES**  
 En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	63%	***	65%	***	63%	***	71%	37%	12%	13%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	37%	***	35%	***	37%	***	29%	25%	20%	-19%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%	33%	15%	1%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	81,88		109,92		140,04		183,75		34%	27%	31%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132				
IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100											

Nota 1: el presente cuadro fue confeccionado con la información proporcionada por las firmas RANIERI y LGI.  
 Nota 2: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



## Cuadro N° 7.2.1

## Estructura de costos de ARMAZONES

## EMPRESA: LGI

Modelo indicativo: Armazones de metal (no incluye titanio), con ó sin patilla flex y con ó sin bisagra metálica, sin marca ó de marca propia, con ó sin lentes de demostración. (modelo metal línea LG-Up básico)  
 Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 62% de la facturación de armazones.  
 En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales			
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010	
													S/V	S/V	S/V	
Insumos nacionales	0,65	1%	0,65	0,65	1%	0,80	0,80	1%	0,80	0,80	1%					
puente																
Insumos importados	4,65	9%	6,19	6,19	9%	9,54	9,93	12%	9,93	14%	14%	33%	33%	54%	4%	4%
perfil metálico																
patilla	1,16	2%	1,87	1,87	3%	4,21	4,40	5%	4,40	6%	6%	25%	61%	125%	5%	4%
cerrje de aro	0,72	1%	0,90	0,90	1%	1,00	1,04	2%	1,04	2%	2%	25%	25%	11%	4%	4%
portaplaquetas	0,16	0%	0,20	0,20	0%	0,35	0,36	0%	0,36	1%	1%	25%	25%	75%	3%	3%
terminales	1,83	4%	2,25	2,25	3%	2,88	2,99	4%	2,99	4%	4%	23%	23%	28%	4%	4%
plaquetas	0,12	0%	0,15	0,15	0%	0,25	0,26	0%	0,26	0%	0%	25%	25%	67%	4%	4%
lente de presentación	0,10	0%	0,12	0,12	0%	0,13	0,13	0%	0,13	0%	0%	20%	20%	8%	4%	4%
Mano de obra directa	19,62	40%	24,47	24,47	37%	34,64	36,76	43%	36,76	54%	54%	25%	25%	42%	6%	6%
Costos variables de fabricación	1,86	4%	2,12	2,12	3%	2,87	2,50	4%	2,50	4%	4%	14%	14%	35%	-13%	-13%
Energía eléctrica	0,57	1%	1,04	1,04	2%	1,04	0,92	1%	0,92	1%	1%	82%	82%	S/V	-12%	-12%
Otros costos variables de fabricación	1,29	3%	1,08	1,08	2%	1,83	1,58	2%	1,58	2%	2%	-16%	-16%	69%	-14%	-14%
Royalties	0,00	0%	0,00	0,00	0%	0,00	0,00	0%	0,00	0%	0%					
Gastos variables de Comercialización	1,93	4%	2,11	2,11	3%	2,40	1,06	3%	1,06	2%	2%	9%	9%	14%	-56%	-56%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>28,71</b>	<b>58%</b>	<b>35,54</b>	<b>35,54</b>	<b>54%</b>	<b>50,25</b>	<b>51,05</b>	<b>62%</b>	<b>51,05</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>	<b>24%</b>	<b>24%</b>	<b>41%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
Costos fijos de Fabricación	3,65	7%	4,41	4,41	7%	2,78	0,85	3%	0,85	1%	1%					
Mano de obra indirecta	0,00	0%	0,00	0,00	0%	0,00	0,00	0%	0,00	0%	0%					
Otros Costos fijos de producción	3,65	7%	4,41	4,41	7%	2,78	0,85	3%	0,85	1%	1%					
Otros (administ., comerc., etc.)	17,31	35%	25,60	25,60	39%	27,73	16,74	34%	16,74	24%	24%					
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>20,96</b>	<b>42%</b>	<b>30,01</b>	<b>30,01</b>	<b>48%</b>	<b>30,51</b>	<b>17,59</b>	<b>38%</b>	<b>17,59</b>	<b>26%</b>	<b>26%</b>					
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	<b>49,67</b>	<b>100%</b>	<b>65,55</b>	<b>65,55</b>	<b>100%</b>	<b>80,76</b>	<b>68,64</b>	<b>100%</b>	<b>68,64</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>					
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>37,80</b>		<b>51,37</b>	<b>51,37</b>		<b>78,10</b>	<b>101,60</b>		<b>101,60</b>							
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	<b>0,76</b>		<b>0,78</b>	<b>0,78</b>		<b>0,97</b>	<b>1,48</b>		<b>1,48</b>							
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	<b>100</b>		<b>107</b>	<b>107</b>		<b>123</b>	<b>132</b>		<b>132</b>							
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>																

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





**Cuadro Nº 7.2.1 (Cont.)**

**Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

		2009/2008		2010/2009	
		\$	Participación	\$	Participación
Otros Costos		8,29	52%	10,17	60%
Mano de Obra Directa		4,85	31%	3,35	20%
Insumos Importados		1,54	10%	2,13	13%
Costos Fijos de Fabricación		0,76	5%	0,75	4%
Costos Var. de Fabricación		0,26	2%	0,29	2%
Gastos Var. de Comercialización		0,18	1%	0,15	1%
Insumos Nacionales		0,00	0%	0,00	0%
Royalties		0,00	0%	0,00	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		<b>15,88</b>	<b>100%</b>	<b>16,84</b>	<b>100%</b>
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		<b>0,00</b>	<b>—</b>	<b>-1,63</b>	<b>100%</b>
<b>VARIACION NETA</b>		<b>15,88</b>		<b>-1,63</b>	<b>100%</b>
		2011/2010			
		\$	Participación		
Mano de Obra Directa		2,12	84%		
Insumos Importados		0,39	16%		
Insumos Nacionales		0,00	0%		
Royalties		0,00	0%		
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		<b>2,51</b>	<b>100%</b>		
Otros Costos		-10,99	75%		
Costos Fijos de Fabricación		-1,93	13%		
Gastos Var. de Comercialización		-1,34	9%		
Costos Var. de Fabricación		-0,37	3%		
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		<b>-14,63</b>	<b>100%</b>		
<b>VARIACION NETA</b>		<b>-12,12</b>		<b>15,21</b>	

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.

*Handwritten signature/initials in blue ink.*

Cuadro N° 7.2.2

Estructura de costos de ARMAZONES

EMPRESA: RANIERI ARGENTINA

Modelo indicativo: Armazones de plástico (acetato) fresado con patillas flex con marca propia correspondiente a un segmento medio / alto ó los que pagan royalties.

Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 14% de la facturación de armazones.

En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	44%	14%	-11%
Insumos importados	***	23%	27%	***	27%	26%	***	26%	23%	***	23%	23%	7%	18%	51%
Mano de obra directa	***	11%	10%	***	10%	10%	***	10%	15%	***	15%	15%	3%	-10%	8%
Costos variables de fabricación	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	3%	-10%	8%
Energía eléctrica	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	18%	35%	15%
Otros costos variables de fabricación	***	7%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	***	0%	0%	29%	9%	20%
Royalties	***	7%	7%	***	7%	8%	***	8%	9%	***	9%	9%	29%	15%	11%
Gastos Variables de Comercialización	***	21%	22%	***	22%	20%	***	20%	24%	***	24%	24%	29%	15%	20%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	63%	66%	***	66%	64%	***	64%	71%	***	71%	71%	23%	-3%	-3%
Costos fijos de Fabricación	***	9%	9%	***	9%	7%	***	7%	7%	***	7%	7%	38%	7%	-16%
Mano de obra indirecta	***	4%	4%	***	4%	4%	***	4%	3%	***	3%	3%	-19%	36%	-19%
Mantenimiento	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	3%	-8%	63%
Depreciación	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	21%	-16%	-5%
Otros Costos fijos de producción	***	3%	3%	***	3%	2%	***	2%	2%	***	2%	2%	11%	31%	-21%
Otros	***	28%	26%	***	26%	29%	***	29%	22%	***	22%	22%	-35%	82%	-42%
Financieros	***	4%	2%	***	2%	3%	***	3%	2%	***	2%	2%	17%	13%	-3%
Administrativos	***	14%	13%	***	13%	13%	***	13%	12%	***	12%	12%	21%	47%	-0.2%
Fijos de comercialización	***	7%	7%	***	7%	8%	***	8%	8%	***	8%	8%	25%	41%	-93%
Otros Costos fijos de producción	***	4%	4%	***	4%	4%	***	4%	0%	***	0%	0%	14%	23%	-17%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	37%	34%	***	34%	36%	***	36%	29%	***	29%	29%	23%	18%	1%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	100%	***	100%	100%	***	100%	100%	***	100%	100%	23%	18%	1%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	109,14			105,56			147,16			189,62			-3%	39%	29%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***			***			***			***					
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100			107			123			132					
IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100															

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





**Cuadro N° 7.2.2 (Cont.)**

**Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

2009/2008		2010/2009	
\$	Participación	\$	Participación
***	43%	***	45%
***	26%	***	21%
***	14%	***	13%
***	8%	***	11%
***	5%	***	10%
***	3%	***	0%
***	0%	***	100%
***	0%	***	0%
***	100%	***	100%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>			
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>			
<b>VARIACIÓN NETA</b>			

2011/2010	
\$	Participación
***	49%
***	40%
***	11%
***	0%
***	0%
***	100%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	
<b>VARIACIÓN NETA</b>	

Otros Costos	Costos Fijos de Fabricación
Insumos Importados	Costos Var. de Fabricación
Royalties	<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>
Gastos Var. de Comercialización	<b>VARIACIÓN NETA</b>
Mano de Obra Directa	
Insumos Nacionales	
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	

Mano de Obra Directa	
Gastos Var. de Comercialización	
Royalties	
Costos Var. de Fabricación	
Insumos Nacionales	
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	
Otros Costos	65%
Insumos Importados	32%
Costos Fijos de Fabricación	3%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>	

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.

Cuadro N° 7.2.3.a

Estructura de costos de ARMAZONES

EMPRESA: LGI

Modelo indicativo: Armazones de metal (no incluye titanio), con ó sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio / alto ó a los que pagan royalties. (modelo metal línea pr)  
Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 38% de la facturación de armazones.  
En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	6,45	11%		7,95	11%		8,50	10%		8,50	10%		23%	7%	S/V
puente	0,65	1%		0,65			0,80	1%		0,80	11%		S/V	23%	S/V
estuche	5,80			7,30			7,70	9%		7,70	10%		26%	5%	S/V
Insumos importados	5,53	10%		7,39	10%		8,50	10%		8,82	12%		34%	15%	4%
perfil metálico	0,56	1%		0,70	1%		0,72	1%		0,75	1%		25%	3%	4%
patilla acetato / metal combinada	3,87	7%		5,32	7%		6,05	7%		6,28	8%		37%	14%	4%
cierre de aro	0,72	1%		0,90	1%		1,00	1%		1,04	1%		25%	11%	4%
portaplaquetas	0,16	0%		0,20	0%		0,35	0%		0,36	0%		25%	75%	3%
plaquetas	0,12	0%		0,15	0%		0,25	0%		0,26	0%		25%	67%	4%
lente de presentación	0,10	0%		0,12	0%		0,13	0%		0,13	0%		20%	8%	S/V
Mano de obra directa	19,62	35%		24,47	33%		34,64	40%		36,76	49%		25%	42%	6%
Costos variables de fabricación	1,86	3%		2,12	3%		2,87	3%		2,50	3%		14%	35%	-13%
Energía eléctrica	0,57	1%		1,04	1%		1,04	1%		0,92	1%		82%	S/V	-12%
Otros costos variables de fabricación	1,29	2%		1,08	1%		1,83	2%		1,58	2%		-16%	69%	-14%
Royalties	0,00	0%		0,00	0%		0,00	0%		0,00	0%		9%	14%	-56%
Gastos Variables de Comercialización	1,93	3%		2,11	3%		2,40	3%		1,06	1%		24%	29%	1%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>35,39</b>	<b>63%</b>		<b>44,04</b>	<b>59%</b>		<b>56,91</b>	<b>65%</b>		<b>57,64</b>	<b>77%</b>				
Costos fijos de Fabricación	3,65	6%		4,41	6%		2,78	3%		0,85	1%		21%	-37%	-69%
Mano de obra indirecta	0,00	0%		0,00	0%		0,00	0%		0,00	0%				
Otros Costos fijos de producción	3,65	6%		4,41	6%		2,78	3%		0,85	1%		21%	-37%	-69%
Otros (administr., comerc., etc.)	17,31	31%		25,60	35%		27,73	32%		16,74	22%		48%	8%	-40%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>20,96</b>	<b>37%</b>		<b>30,01</b>	<b>41%</b>		<b>30,51</b>	<b>35%</b>		<b>17,59</b>	<b>23%</b>		<b>43%</b>	<b>2%</b>	<b>-42%</b>
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	<b>56,35</b>	<b>100%</b>		<b>74,05</b>	<b>100%</b>		<b>87,42</b>	<b>100%</b>		<b>75,23</b>	<b>100%</b>		<b>31%</b>	<b>18%</b>	<b>-14%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>86,54</b>			<b>111,02</b>			<b>126,47</b>			<b>136,07</b>			<b>28%</b>	<b>14%</b>	<b>8%</b>
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	<b>1,54</b>			<b>1,50</b>			<b>1,45</b>			<b>1,81</b>					
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	<b>100</b>			<b>107</b>			<b>123</b>			<b>132</b>					
IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100															

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.







**Cuadro N° 7.2.3.a (Cont.)**  
**Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

		2009/2008		2010/2009	
		\$	Participación	\$	Participación
Otros Costos		8,29	47%	10,17	68%
Mano de Obra Directa		4,85	27%	2,13	14%
Insumos Importados		1,86	11%	1,11	7%
Insumos Nacionales		1,50	8%	0,75	5%
Costos Fijos de Fabricación		0,76	4%	0,55	4%
Costos Var. de Fabricación		0,26	1%	0,29	2%
Gastos Var. de Comercialización		0,18	1%	0,00	0%
Royalties		0,00	0%	15,00	100%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		17,70	100%		
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		0,00		-1,63	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		17,70		-1,63	100%

		2011/2010	
		\$	Participación
Mano de Obra Directa		2,12	87%
Insumos Importados		0,32	13%
Insumos Nacionales		0,00	0%
Royalties		0,00	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		2,44	100%
Otros Costos		-10,99	75%
Costos Fijos de Fabricación		-1,93	13%
Gastos Var. de Comercialización		-1,34	9%
Costos Var. de Fabricación		-0,37	3%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		-14,63	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		-12,19	

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.



Cuadro N° 7.2.3.b

Estructura de costos de ARMAZONES

EMPRESA: RANIERI ARGENTINA

Modelo indicativo: Armazones de metal (no incluye titanio) con ó sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio / alto ó los que pagan royalties.

Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 83% de la facturación de armazones.

En pesos por unidad.

Concepto	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		Pesos	Part. s/CMU		2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		50%	-8%	
Insumos importados	***	26%		***	31%		***	26%		***	29%		18%	13%	
Mano de obra directa	***	10%		***	9%		***	10%		***	8%		3%	12%	
Costos variables de fabricación	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		3%	-10%	
Energía eléctrica	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		3%	-10%	
Otros costos variables de fabricación	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		26%	39%	
Royalties	***	6%		***	6%		***	7%		***	9%		20%	6%	
Gastos Variables de Comercialización	***	22%		***	21%		***	20%		***	24%		32%	3%	
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	64%		***	67%		***	63%		***	70%				
Costos fijos de Fabricación	***	8%		***	8%		***	7%		***	7%		23%	-3%	
Mano de obra indirecta	***	3%		***	4%		***	4%		***	3%		38%	7%	
Mantenimiento	***	0%		***	0%		***	0%		***	0%		-19%	-16%	
Depreciación	***	1%		***	1%		***	1%		***	1%		3%	36%	
Otros Costos fijos de producción	***	3%		***	3%		***	2%		***	2%		21%	-8%	
Otros	***	27%		***	24%		***	29%		***	23%		11%	31%	
Financieros	***	4%		***	2%		***	3%		***	2%		-35%	82%	
Administrativos	***	14%		***	13%		***	13%		***	12%		17%	13%	
Fijos de comercialización	***	6%		***	6%		***	8%		***	8%		21%	47%	
Otros Costos fijos de producción	***	4%		***	3%		***	4%		***	4%		25%	41%	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	36%		***	33%		***	37%		***	30%		14%	23%	
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%		***	100%		***	100%		***	100%		26%	9%	
<b>PRECIO DE VENTA</b>	99,24			134,06			160,57			207,81			35%	20%	
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***			***			***			***					
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100			107			123			132					
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>															

Nota: En *negrita* e *italica* se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



**Cuadro N° 7.2.3.b (Cont.)****Diferencias en valores absolutos**

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

		2009/2008		2010/2009	
	\$	Participación	\$	Participación	
Insumos Importados	***	50%	***	63%	
Gastos Var. de Comercialización	***	17%	***	19%	
Otros Costos	***	12%	***	10%	
Costos Fijos de Fabricación	***	7%	***	9%	
Mano de Obra Directa	***	7%	***	0%	
Royalties	***	6%	***	100%	
Costos Var. de Fabricación	***	0%			
Insumos Nacionales	***	0%			
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	***	100%			
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	***				
<b>VARIACION NETA</b>	***				
		2009/2008		2010/2009	
	\$	Participación	\$	Participación	
Gastos Var. de Comercialización	***	45%	***	91%	
Insumos Importados	***	34%	***	8%	
Royalties	***	21%	***	1%	
Costos Var. de Fabricación	***	0%			
Insumos Nacionales	***	0%			
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	***	100%			
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	***				
<b>VARIACION NETA</b>	***				
		2011/2010		2010/2009	
	\$	Participación	\$	Participación	
Gastos Var. de Comercialización	***	74%	***	100%	
Insumos Importados	***	23%			
Royalties	***	3%			
Costos Var. de Fabricación	***	100%			
Insumos Nacionales	***				
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>	***				
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>	***				
<b>VARIACION NETA</b>	***				

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.



Cuadro N° 7.2.3.c

Estructura de costos de ARMAZONES

Promedio de: Armazones de metal (no incluye titanio) con ó sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio / alto ó los que pagan royalties. En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	64%	***	67%	***	64%	***	71%	37%	4%	11%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	36%	***	33%	***	36%	***	29%	20%	21%	-19%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%	31%	10%	-0.2%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	97,01		131,49		156,70		198,88				
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132				
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>									36%	19%	27%

Nota 1: El presente cuadro fue confeccionado con la información proporcionada por las firmas RANIERI y LGI.

Nota 2: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



Cuadro N° 7.2.4.a  
Estructura de costos de ARMAZONES

EMPRESA: ALBACETE

Estructura de costos del modelo indicativo: Armazones de plástico inyectado de poliamida con ó sin patilla flex.  
Los anteojos de sol de metal y de plástico standard representaron aproximadamente el 10% de la facturación total de la empresa.  
En pesos por unidad.

Concepto	2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales	
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	6,90	8%	7,05	11%	5,35	12%	2%	-24%
Plástico Grilamid	2,30	3%	2,50	4%	2,50	6%	9%	s/v
Insumos	3,00	3%	3,00	5%	2,50	6%	s/v	-17%
Polichips	0,20	0%	0,25	0%	0,25	1%	25%	s/v
Otros	1,40	2%	1,30	2%	0,10	0%	-7%	-92%
Insumos importados	11,10	12%	11,15	18%	10,55	24%	0,5%	-5%
Lentes (demo Lens)	0,40	0%	0,45	1%	0,45	1%	13%	s/v
Bisagras	3,40	4%	3,50	6%	3,50	8%	3%	s/v
Trims Y logos	1,50	2%	1,00	2%	1,00	2%	-33%	s/v
Pinturas	1,35	1%	1,40	2%	1,50	3%	4%	7%
Nose Pad	3,00	3%	3,50	6%	4,00	9%	17%	14%
Otros	1,45	2%	1,30	2%	0,10	0%	-10%	-92%
Mano de obra directa	15,77	17%	14,21	22%	9,00	21%	-10%	-37%
Costos variables de fabricación	15,37	17%	4,90	8%	3,20	7%	-68%	-35%
Energía eléctrica	2,97	3%	0,70	1%	0,20	0%	-76%	-71%
Desperdicios	8,00	9%	3,00	5%	2,00	5%	-63%	-33%
Otros costos variables de fabricación	4,40	5%	1,20	2%	1,00	2%	-73%	-17%
Royalties	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%		
Gastos Variables de Comercialización	2,44	3%	4,56	7%	2,00	5%	87%	-56%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>51,58</b>	<b>57%</b>	<b>41,87</b>	<b>66%</b>	<b>30,10</b>	<b>70%</b>	<b>-19%</b>	<b>-28%</b>

Costos fijos de Fabricación	24,95	27%	13,78	22%	9,00	21%	-45%	-35%
Mano de obra indirecta	4,88	5%	2,97	5%	2,00	5%	-39%	-33%
Mantenimiento	4,09	4%	2,97	5%	1,00	2%	-27%	-66%
Depreciación	7,03	8%	2,73	4%	1,00	2%	-61%	-63%
Otros Costos fijos de producción	8,95	10%	5,11	8%	5,00	12%	-43%	-2%
Otros	14,55	16%	7,53	12%	4,00	9%	-48%	-47%
Financieros	0,15	0%	0,00	0%	0,00	0%		
Administrativos	4,88	5%	2,97	5%	2,00	5%	-39%	-33%
Fijos de comercialización	6,52	7%	4,56	7%	2,00	5%	-30%	-56%
Otros Costos fijos de producción	3,00	3%	0,00	0%	0,00	0%	-46%	-39%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>39,50</b>	<b>43%</b>	<b>21,31</b>	<b>34%</b>	<b>13,00</b>	<b>30%</b>	<b>-19%</b>	<b>-28%</b>

<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	91,08	100%	63,18	100%	43,10	100%	-31%	-32%
-----------------------------	-------	------	-------	------	-------	------	------	------

<b>PRECIO DE VENTA</b>	40,00		46,20		50,00		16%	8%
------------------------	-------	--	-------	--	-------	--	-----	----

<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	0,44		0,73		1,16			
------------------------------	------	--	------	--	------	--	--	--

<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		115		124			
---------------------------	-----	--	-----	--	-----	--	--	--

IPIM NIVEL GENERAL 2009: 100

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.





Cuadro N° 7.2.4.b

Estructura de costos de ARMAZONES

EMPRESA: RANIERI ARGENTINA

Modelo indicativo: Armazones de plástico inyectado de poliamida con ó sin patilla flex.

Este producto representó, en 2010, aproximadamente el 3% de la facturación de armazones.

En pesos por unidad.

Concepto	2008		2009		2010		Enero - Marzo 2011		Variaciones Porcentuales		
	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	Pesos	Part. s/CMU	2009/2008	2010/2009	2011/2010
Insumos nacionales	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	14%	5%	3%
Insumos importados	***	21%	***	20%	***	17%	***	16%	7%	18%	113%
Mano de obra directa	***	12%	***	11%	***	11%	***	21%	3%	-10%	8%
Costos variables de fabricación	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	3%	-10%	8%
Energía eléctrica	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	4948%	31%	-0.1%
Otros costos variables de fabricación	***	0%	***	0%	***	0%	***	0%	-22%	44%	22%
Royalties	***	0%	***	11%	***	12%	***	11%	17%	24%	28%
Gastos Variables de Comercialización	***	27%	***	18%	***	21%	***	24%	23%	23%	11%
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	***	61%	***	61%	***	61%	***	71%	23%	23%	11%
Costos fijos de Fabricación	***	9%	***	10%	***	8%	***	7%	23%	-3%	-3%
Mano de obra indirecta	***	4%	***	4%	***	4%	***	3%	38%	7%	-16%
Mantenimiento	***	***	***	***	***	0%	***	0%	-19%	36%	-19%
Depreciación	***	***	***	***	***	1%	***	1%	3%	-8%	63%
Otros Costos fijos de producción	***	4%	***	4%	***	3%	***	2%	21%	-16%	-5%
Otros	***	30%	***	29%	***	31%	***	22%	11%	31%	-21%
Financieros	***	4%	***	2%	***	4%	***	2%	-35%	82%	-42%
Administrativos	***	15%	***	15%	***	14%	***	12%	17%	13%	-3%
Fijos de comercialización	***	7%	***	7%	***	9%	***	8%	21%	47%	-0.2%
Otros Costos fijos de producción	***	4%	***	4%	***	5%	***	0%	25%	41%	-93%
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	***	39%	***	39%	***	39%	***	29%	14%	23%	-17%
<b>COSTO MEDIO UNITARIO</b>	***	100%	***	100%	***	100%	***	100%	16%	23%	11%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	64,80		122,77		153,63		179,14		89%	25%	17%
<b>RELACION PRECIO/COSTO</b>	***		***		***		***				
<b>IPIM NIVEL GENERAL</b>	100		107		123		132				
<b>IPIM NIVEL GENERAL 2008: 100</b>											

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y el INDEC.



### Cuadro N° 7.2.4.b (Cont.) Diferencias en valores absolutos

Calculadas en base a la estructura de costos en pesos.

		2009/2008		2010/2009	
		\$	Participación	\$	Participación
Royalties		***	58%	***	39%
Otros Costos		***	16%	***	34%
Insumos Importados		***	13%	***	14%
Costos Fijos de Fabricación		***	10%	***	9%
Mano de Obra Directa		***	4%	***	4%
Costos Var. de Fabricación		***	0%	***	0%
Insumos Nacionales		***	0%	***	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		***	100%	***	100%
Gastos Var. de Comercialización		***	100%	***	89%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***	100%	***	11%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***		***	100%
Mano de Obra Directa		***	70%	***	89%
Gastos Var. de Comercialización		***	28%	***	11%
Insumos Importados		***	2%	***	0%
Costos Var. de Fabricación		***	0%	***	0%
Insumos Nacionales		***	0%	***	0%
<b>VARIACIONES POSITIVAS</b>		***	100%	***	100%
Otros Costos		***	96%	***	89%
Costos Fijos de Fabricación		***	4%	***	11%
Royalties		***	0%	***	0%
<b>VARIACIONES NEGATIVAS</b>		***	100%	***	100%
<b>VARIACIÓN NETA</b>		***		***	

Fuente: CNCE basándose en la información obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro Nº 8.1.1**  
**Precios Corrientes y Relativos de ANTEOJOS DE SOL**

Artículo representativo: Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas.

Periodo	Precios Corrientes		Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	\$ por unidad	[base 2008 = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>	<b>LGI</b>		<b>Promedios simples</b>		<b>Promedios simples</b>	
2008	93.47	100	100	100	100	100
2009	97.24	104	97	107	98	106
2010	105.90	113	92	123	96	118
ene-mar 2010	89.84	96	83	116	85	112
ene-mar 2011	107.83	115	87	132	95	122
Var. 2009/2008	4%	4%	-3%	7%	-2%	6%
Var. 2010/2009	9%	9%	-5%	15%	-2%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	20%	20%	6%	14%	11%	8%



**Cuadro N° 8.1.2**  
**Precios Corrientes y Relativos de ANTEOJOS DE SOL**

Artículo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas.

Período
---------

Precios Corrientes
--------------------

\$ por unidad	[base 2008 = 100]
---------------	-------------------

LGI
-----

2008	111,80	100
2009	112,60	101
2010	136,18	122

ene-mar 2010	118,58	106
ene-mar 2011	125,77	112

Var. 2009/2008	1%	1%
Var. 2010/2009	21%	21%

Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	6%	6%
--------------------------------	----	----

Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL
------------------------------

Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
-----------------------------------	---

Promedios simples
-------------------

2008	100	100
2009	94	107
2010	99	123

ene-mar 2010	91	116
ene-mar 2011	85	132

Var. 2009/2008	-6%	7%
Var. 2010/2009	6%	15%

Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	-7%	14%
--------------------------------	-----	-----

Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados
---

Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
-----------------------------------	---

Promedios simples
-------------------

2008	100	100
2009	95	106
2010	103	118

ene-mar 2010	94	112
ene-mar 2011	92	122

Var. 2009/2008	-5%	6%
Var. 2010/2009	8%	12%

Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	-2%	8%
--------------------------------	-----	----



**Cuadro N° 8.1.3**  
**Precios Corrientes y Relativos de ANTEOJOS DE SOL**  
Artículo representativo: Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.

Periodo	Precios Corrientes		Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	\$ por unidad [base 2008 = 100]		Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>	<b>RANIERI</b>		<b>Promedios simples</b>		<b>Promedios simples</b>	
2008	121,77	100	100	100	100	100
2009	154,13	127	118	107	120	106
2010	183,66	151	123	123	128	118
ene-mar 2010	135,81	112	96	116	99	112
ene-mar 2011	183,20	150	114	132	123	122
Var. 2009/2008	27%	27%	18%	7%	20%	6%
Var. 2010/2009	19%	19%	4%	15%	7%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	35%	35%	19%	14%	24%	8%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos representativos, ver Notas Metodológicas.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia e INDEC.



*ans*

**Cuadro N° 8.1.4**  
**Precios Corrientes y Relativos de ANTEOJOS DE SOL**  
 Artículo representativo: Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.

Periodo	Precios Corrientes			Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	RANIERI	LGI \$ por unidad	Promedio ponderado [base 2008 = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>			<b>Promedios ponderados</b>		<b>Promedios simples</b>		<b>Promedios simples</b>
2008	136,92	129,84	135,83	100	100	100	100
2009	149,79	142,31	148,53	102	107	103	106
2010	189,29	176,40	187,56	113	123	117	118
ene-mar 2010	155,88	149,09	154,82	98	116	101	112
ene-mar 2011	219,37	165,42	207,38	115	132	125	122
Var. 2009/2008	9%	10%	9%	2%	7%	3%	6%
Var. 2010/2009	26%	24%	26%	10%	15%	13%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	41%	11%	34%	18%	14%	24%	8%



**Cuadro Nº 8.1.5**  
**Precios Corrientes y Relativos de ANTEOJOS DE SOL**  
 Artículo representativo: Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex.

Período	Precios Corrientes		Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	\$ por unidad	[base 2008 = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>						
	<b>RANIERI</b>		<b>Promedios simples</b>		<b>Promedios simples</b>	
2008	120,01	100	100	100	100	100
2009	133,74	111	104	107	105	106
2010	170,82	142	116	123	121	118
ene-mar 2010	136,51	114	98	116	101	112
ene-mar 2011	196,98	164	124	132	135	122
Var. 2009/2008	11%	11%	4%	7%	5%	6%
Var. 2010/2009	28%	28%	11%	15%	15%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	44%	44%	27%	14%	33%	8%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos representativos, ver Notas Metodológicas.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia e INDEC.



*Handwritten signature*

**Cuadro N° 8.2.1  
Precios Corrientes y Relativos de ARMAZONES**

Artículo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración.

Período	Precios Corrientes		Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	\$ por unidad	[base 2008 = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>						
2008	37,80	100	100	100	100	100
2009	51,37	136	127	107	128	106
2010	78,10	207	168	123	175	118
ene-mar 2010	80,59	213	183	116	190	112
ene-mar 2011	101,60	269	203	132	220	122
Var. 2009/2008	36%	36%	27%	7%	28%	6%
Var. 2010/2009	52%	52%	33%	15%	36%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	26%	26%	11%	14%	16%	8%



**Cuadro N° 8.2.2**  
**Precios Corrientes y Relativos de ARMAZONES**

Artículo representativo: Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.

Período	Precios Corrientes		Índice 1: PIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	\$ por unidad [base 2008 = 100]		Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>	<b>RANIERI</b>		<b>Promedios simples</b>		<b>Promedios simples</b>	
2008	109,14	100	100	100	100	100
2009	105,56	97	90	107	91	106
2010	147,16	135	110	123	114	118
ene-mar 2010	139,84	128	110	116	114	112
ene-mar 2011	189,62	174	131	132	143	122
Var. 2009/2008	-3%	-3%	-10%	7%	-9%	6%
Var. 2010/2009	39%	39%	22%	15%	25%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	36%	36%	19%	14%	25%	8%



**Cuadro N° 8.2.3**  
**Precios Corrientes y Relativos de ARMAZONES**  
 Artículo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.

Periodo	Precios Corrientes			Índice 1: IPIIM NIVEL GENERAL	Índice 2: IPIIM 369 Otros productos manufacturados
	RANIERI	LGI \$ por unidad	Promedio ponderado [base 2008 = 100]		
<b>Promedios Anuales</b>					
2008	99,24	86,54	97,00	100	100
2009	134,06	111,02	131,49	127	128
2010	160,57	126,47	156,70	132	137
ene-mar 2010	146,04	113,85	142,63	126	191
ene-mar 2011	207,81	136,07	198,88	155	209
Var. 2009/2008	35%	28%	36%	27%	28%
Var. 2010/2009	20%	14%	19%	4%	7%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	42%	20%	39%	23%	10%
<b>Promedios simples</b>					
				Precio relativo [base 2008 = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]
				Simple = 100]	Simple = 100]
<b>Promedios ponderados</b>					
				Promedio ponderado [base 2008 = 100]	Promedio ponderado [base 2008 = 100]
				Simple = 100]	Simple = 100]
<b>Promedios simples</b>					
				Promedio simple	Promedio simple
				Simple = 100]	Simple = 100]
<b>Promedios ponderados</b>					
				Promedio ponderado [base 2008 = 100]	Promedio ponderado [base 2008 = 100]
				Simple = 100]	Simple = 100]
<b>Promedios simples</b>					
				Promedio simple	Promedio simple
				Simple = 100]	Simple = 100]

Cuadro N° 8.2.4





**Cuadro Nº 8.2.4**  
**Precios Corrientes y Relativos de ARMAZONES**  
 Artículo representativo: Plástico inyectado de poliarmida con o sin patillas flex.

Período	Precios Corrientes		Índice 1: IPIM NIVEL GENERAL		Índice 2: IPIM 369 Otros productos manufacturados	
	\$ por unidad	[base 2008 = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]	Precio relativo [base 2008 = 100]	Serie original [base 2008 Simple = 100]
<b>Promedios Anuales</b>						
2008	64,80	100	100	100	100	100
2009	122,77	189	177	107	179	106
2010	153,63	237	193	123	201	118
ene-mar 2010	143,84	222	191	116	197	112
ene-mar 2011	179,14	276	209	132	227	122
Var. 2009/2008	89%	89%	77%	7%	79%	6%
Var. 2010/2009	25%	25%	9%	15%	12%	12%
Var. ene-mar 2011/ene-mar 2010	25%	25%	10%	14%	15%	8%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos representativos, ver Notas Metodológicas.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia e INDEC.



**Cuadro N° 9.1**  
**Indicadores Contables**  
**RANIERI**

En porcentajes y en miles de pesos.

	31/12/2007	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010
--	------------	------------	------------	------------

Porcentaje de participación de anteojos y armazones vendidos al M.I sobre la facturación total (1)		73%	79%	80%
Ventas al mercado interno de anteojos y armazones		19.214	21.263	29.312
Diferencias en valores absolutos en las ventas al mercado interno de anteojos y armazones			2.050	8.048
Participación de anteojos y armazones en la evolución de las ventas totales (2)			319%	81%

**RUBROS CONTABLES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN MILES DE PESOS**

Ventas	18.082	26.325	26.968	36.844
Costo de Ventas	10.091	13.229	13.631	18.061
Resultado Bruto	7.991	13.096	13.337	18.783
Resultado Operativo	935	1.832	1.690	3.401
Resultado Neto	814	1.522	1.628	2.734

**INDICES DE RENTABILIDAD**

Margen Bruto / Ventas	44%	50%	49%	51%
Margen Operativo / Ventas	5%	7%	6%	9%
Margen Neto / Ventas	5%	6%	6%	7%
Tasa Retorno / P. Neto	9%	14%	13%	18%
Tasa Retorno / Activos	7%	11%	9%	13%

**INDICES DE LIQUIDEZ**

Liquidez Corriente	302%	317%	292%	317%
Liquidez Acida	209%	225%	206%	262%

**INDICES DE ENDEUDAMIENTO**

Prop. Act. Fin. c/ Deuda	28%	26%	29%	27%
Endeudamiento Global	38%	36%	42%	37%
Prop. Deuda a Corto Plazo	28%	26%	29%	27%

(1) Fórmula: (Ventas al mercado interno / Ventas totales de la empresa) \* 100.

(2) Fórmula: (Variación de las ventas al mercado interno / Variación de ventas totales de la empresa) \* 100.

Nota: Cuando la evolución de las ventas del producto similar tiene distinto signo que la evolución de las ventas totales se consigna "evolución inversa" y cuando el porcentaje es superior a 100% significa que los demás productos de la empresa evolucionaron en forma inversa al producto similar.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 9.2**  
**Indicadores Contables**

L.G.I.

En porcentajes y en miles de pesos.

	30/06/2007	30/06/2008	30/06/2009	30/06/2010	30/06/2011
--	------------	------------	------------	------------	------------

Porcentaje de participación de anteojos y armazones vendidos al M.I. sobre la facturación total (1)		94%	97%	96%	
Ventas al mercado interno de anteojos y armazones		3.668	3.519	4.320	
Diferencias en valores absolutos en las ventas al mercado interno de anteojos y armazones			-149	801	
Participación de anteojos y armazones en la evolución de las ventas totales (2)			54%	92%	

**RUBROS CONTABLES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN MILES DE PESOS**

Ventas	3.232	3.916	3.639	4.505	6.025
Costo de Ventas	1.697	1.790	1.750	2.142	3.497
Resultado Bruto	1.535	2.126	1.889	2.363	2.528
Resultado Operativo	687	839	384	573	522
Resultado Neto	642	623	263	387	342

**INDICES DE RENTABILIDAD**

Margen Bruto / Ventas	47%	54%	52%	52%	42%
Margen Operativo / Ventas	21%	21%	11%	13%	9%
Margen Neto / Ventas	20%	16%	7%	9%	6%
Tasa Retorno / P. Neto	47%	35%	14%	18%	13%
Tasa Retorno / Activos	30%	25%	10%	12%	10%

**INDICES DE LIQUIDEZ**

Liquidez Corriente	231%	290%	265%	287%	368%
Liquidez Ácida	175%	212%	152%	140%	227%

**INDICES DE ENDEUDAMIENTO**

Prop. Act. Fin. c/ Deuda	36%	29%	33%	32%	25%
Endeudamiento Global	57%	41%	49%	46%	34%
Prop. Deuda a Corto Plazo	36%	29%	33%	32%	25%

(1) Fórmula: (Ventas al mercado interno / Ventas totales de la empresa) \* 100.

(2) Fórmula: (Variación de las ventas al mercado interno / Variación de ventas totales de la empresa) \* 100.

Nota: Cuando la evolución de las ventas del producto similar tiene distinto signo que la evolución de las ventas totales se consigna "evolución inversa" y cuando el porcentaje es superior a 100% significa que los demás productos de la empresa evolucionaron en forma inversa al producto similar.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 9.3**  
**Indicadores Contables**  
**ALBACETE**

En porcentajes y en miles de pesos.

	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010
--	------------	------------	------------

	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010
Porcentaje de participación de anteojos y armazones vendidos al M.I. sobre la facturación total (1)			17%
Ventas al mercado interno de anteojos y armazones			1.559
Diferencias en valores absolutos en las ventas al mercado interno de anteojos y armazones			
Participación de anteojos y armazones en la evolución de las ventas totales (2)			

**RUBROS CONTABLES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN MILES DE PESOS**

Ventas	0	2.112	9.255
Costo de Ventas	0	2.102	6.741
Resultado Bruto	0	10	2.514
Resultado Operativo	-107	-1.353	-683
Resultado Neto	-107	-1.393	-877

**INDICES DE RENTABILIDAD**

Margen Bruto / Ventas	Resultado Bruto / Ventas		0.5%	27%
Margen Operativo / Ventas	Resultado Operativo / Ventas		-64%	-7%
Margen Neto / Ventas	Resultado Neto / Ventas		-66%	-9%
Tasa Retorno / P. Neto	Resultado Neto / Patrimonio Neto	-2%	-13%	-7%
Tasa Retorno / Activos	Resultado Neto / Activo Total	-2%	-10%	-5%

**INDICES DE LIQUIDEZ**

Liquidez Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1261%	198%	217%
Liquidez Acida	(Act. Cte - Bs. Cambio) / Pasivo Cte.	1261%	127%	138%

**INDICES DE ENDEUDAMIENTO**

Prop. Act. Fin. c/ Deuda	Pasivo Total / Activo Total	3%	20%	25%
Endeudamiento Global	Pasivo Total / Patrimonio Neto	3%	25%	32%
Prop. Deuda a Corto Plazo	Pasivo Corriente / Activo Total	3%	20%	25%

(1) Fórmula: (Ventas al mercado interno / Ventas totales de la empresa) \* 100.

(2) Fórmula: (Variación de las ventas al mercado interno / Variación de ventas totales de la empresa) \* 100.

Nota: Cuando la evolución de las ventas del producto similar tiene distinto signo que la evolución de las ventas totales se consigna "evolución inversa" y cuando el porcentaje es superior a 100% significa que los demás productos de la empresa evolucionaron en forma inversa al producto similar.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 9.4**  
**Indicadores Contables**  
**ANTEOFER**

En porcentajes y en miles de pesos.

	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010
--	------------	------------	------------

Porcentaje de participación de anteojos y armazones vendidos al M.I sobre la facturación total (1)			
Ventas al mercado interno de anteojos y armazones			
Diferencias en valores absolutos en las ventas al mercado interno de anteojos y armazones			
Participación de anteojos y armazones en la evolución de las ventas totales (2)			

**RUBROS CONTABLES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN MILES DE PESOS**

Ventas	2.598	1.831	2.083
Costo de Ventas	1.375	814	1.015
Resultado Bruto	1.223	1.017	1.068
Resultado Operativo	366	115	167
Resultado Neto	355	113	136

**INDICES DE RENTABILIDAD**

Margen Bruto / Ventas	Resultado Bruto / Ventas	47%	56%	51%
Margen Operativo / Ventas	Resultado Operativo / Ventas	14%	6%	8%
Margen Neto / Ventas	Resultado Neto / Ventas	14%	6%	7%
Tasa Retorno / P. Neto	Resultado Neto / Patrimonio Neto	72%	33%	50%
Tasa Retorno / Activos	Resultado Neto / Activo Total	31%	10%	10%

**INDICES DE LIQUIDEZ**

Liquidez Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	384%	377%	296%
Liquidez Acida	(Act. Cte - Bs. Cambio) / Pasivo Cte.	346%	255%	179%

**INDICES DE ENDEUDAMIENTO**

Prop. Act. Fin. c/ Deuda	Pasivo Total / Activo Total	57%	71%	80%
Endeudamiento Global	Pasivo Total / Patrimonio Neto	131%	246%	405%
Prop. Deuda a Corto Plazo	Pasivo Corriente / Activo Total	25%	24%	32%

(1) Fórmula: (Ventas al mercado interno / Ventas totales de la empresa) \* 100.

(2) Fórmula: (Variación de las ventas al mercado interno / Variación de ventas totales de la empresa) \* 100.

Nota: Cuando la evolución de las ventas del producto similar tiene distinto signo que la evolución de las ventas totales se consigna "evolución inversa" y cuando el porcentaje es superior a 100% significa que los demás productos de la empresa evolucionaron en forma inversa al producto similar.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro Nº 9.5**  
**Indicadores Contables**  
**ANTEOJOS NIVEL UNO**

En porcentajes y en miles de pesos.

28/02/2008      28/02/2009      28/02/2010

Porcentaje de participación de anteojos y armazones vendidos al M.I. sobre la facturación total (1)			
Ventas al mercado interno de anteojos y armazones			
Diferencias en valores absolutos en las ventas al mercado interno de anteojos y armazones			
Participación de anteojos y armazones en la evolución de las ventas totales (2)			

**RUBROS CONTABLES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN MILES DE PESOS**

Ventas	1.235	1.530	1.634
Costo de Ventas	559	1.022	881
Resultado Bruto	676	508	753
Resultado Operativo	116	137	158
Resultado Neto	69	85	101

**INDICES DE RENTABILIDAD**

Margen Bruto / Ventas	Resultado Bruto / Ventas	55%	33%	46%
Margen Operativo / Ventas	Resultado Operativo / Ventas	9%	9%	10%
Margen Neto / Ventas	Resultado Neto / Ventas	6%	6%	6%
Tasa Retorno / P. Neto	Resultado Neto / Patrimonio Neto	54%	80%	49%
Tasa Retorno / Activos	Resultado Neto / Activo Total	31%	43%	32%

**INDICES DE LIQUIDEZ**

Liquidez Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	235%	217%	285%
Liquidez Acida	(Act.Cte - Bs.Cambio) / Pasivo Cte.	225%	207%	277%

**INDICES DE ENDEUDAMIENTO**

Prop. Act. Fin. c/ Deuda	Pasivo Total / Activo Total	42%	46%	35%
Endeudamiento Global	Pasivo Total / Patrimonio Neto	74%	85%	54%
Prop. Deuda a Corto Plazo	Pasivo Corriente / Activo Total	42%	46%	35%

(1) Fórmula: (Ventas al mercado interno / Ventas totales de la empresa) \* 100.

(2) Fórmula: (Variación de las ventas al mercado interno / Variación de ventas totales de la empresa) \* 100.

Nota: Cuando la evolución de las ventas del producto similar tiene distinto signo que la evolución de las ventas totales se consigna "evolución inversa" y cuando el porcentaje es superior a 100% significa que los demás productos de la empresa evolucionaron en forma inversa al producto similar.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



## Cuadro N° 9.6

Resultados económicos, rendimiento del capital y flujo de caja.  
CONSOLIDADO DE ESTADOS CONTABLES

En miles de pesos y porcentajes.

	2007	2008	2009	2010	2011
--	------	------	------	------	------

CANTIDAD DE EMPRESAS	3	5	5	4	1
----------------------	---	---	---	---	---

## RUBROS CONTABLES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN MILES DE PESOS

Ventas	22.549	34.370	36.184	58.712	6.025
Costo de Ventas	12.347	17.416	19.178	31.456	3.497
Resultado Bruto	10.202	16.954	17.006	27.256	2.528
Resultado Operativo	1.738	3.067	994	3.980	522
Resultado Neto	1.524	2.478	712	2.722	342

## INDICES DE RENTABILIDAD

Margen Bruto / Ventas	49%	46%	41%	45%	42%
Margen Operativo / Ventas	12%	13%	-6%	6%	9%
Margen Neto / Ventas	10%	10%	-8%	4%	6%
Tasa Retorno / P. Neto	37%	40%	19%	19%	13%
Tasa Retorno / Activos	22%	22%	10%	8%	10%

## INDICES DE LIQUIDEZ

Liquidez Corriente	256%	494%	283%	297%	368%
Liquidez Acida	203%	450%	203%	189%	227%

## INDICES DE ENDEUDAMIENTO

Prop. Act. Fin. c/ Deuda	35%	32%	38%	38%	25%
Endeudamiento Global	56%	59%	83%	111%	34%
Prop. Deuda a Corto Plazo	35%	26%	28%	28%	25%

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



Cuadro N° 10.1  
Cuentas Específicas de ARMAZONES de RANIERI.  
En miles de pesos y unidades.

Período	Ventas al mercado interno en miles de pesos ( A )	Ventas en unidades ( B )	Costo Variable ( C )	Contribución marginal en miles de pesos ( D = A-C )	Contribución marginal % s/ventas ( E = D/A )	Costo Fijo ( F )	Resultado ( G = D-F )	Punto de Equilibrio en miles de pesos ( H = F/(1-C/A ) )	Punto de Equilibrio en unidades ( I = F/((A/B)-(C/B)) )	Relación Ventas / Pto. Equilibrio ( J = H/A = I/B )
2008	5.516	54.642	***	***	***	***	***	18.964	187.859	0,29
2009	7.167	53.934	***	***	***	***	***	27.370	205.958	0,26
2010	9.886	60.530	***	***	***	***	***	19.718	120.732	0,50
Enero - Marzo 2011	5.241	24.945	***	***	***	***	***	3.826	18.211	1,37
Var. 2009/2008	30%	-1%	33%	7%		19%	24%	44%	10%	
Var. 2010/2009	38%	12%	23%	173%		43%	-3%	-28%	-41%	

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 10.2**  
**Cuentas Específicas de ARMAZONES de LGI.**  
 En miles de pesos y unidades.

Periodo	Ventas al mercado interno en miles de pesos ( A )	Ventas en unidades ( B )	Costo Variable ( C )	Contribución marginal en miles de pesos ( D = A-C )	Contribución marginal % s/ventas ( E = D/A )	Costo Fijo ( F )	Resultado ( G = D-F )	Punto de Equilibrio en miles de pesos ( H = F/(1-(C/A) ) )	Punto de Equilibrio en unidades ( I = F/((A/B)-(C/B) ) )	Relación Ventas / Pto. Equilibrio ( J = H/A = I/B )
2008	1.794	34.630	1.223	571	32%	756	-185	2.376	45.853	0,76
2009	1.676	25.603	1.174	502	30%	862	-360	2.878	43.975	0,58
2010	2.332	25.466	1.591	741	32%	947	-206	2.981	32.553	0,78
Enero - Marzo 2011	986	8.564	561	425	43%	217	208	503	4.372	1,96
Var. 2009/2008	-7%	-26%	-4%	-12%		14%	95%	21%	-4%	
Var. 2010/2009	39%	-1%	36%	48%		10%	-43%	4%	-26%	

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



*Handwritten signature*

**Cuadro N° 10.3**  
**Cuentas Específicas de ANTEOJOS DE SOL de RANIERI.**  
 En miles de pesos y unidades.

Periodo	Ventas al mercado interno en miles de pesos ( A )	Ventas en unidades ( B )	Costo Variable ( C )	Contribución marginal en miles de pesos ( D = A-C )	Contribución % s/ventas ( E = D/A )	Costo Fijo ( F )	Resultado ( G = D-F )	Punto de Equilibrio en miles de pesos ( H = F/(1-(C/A) )	Punto de Equilibrio en unidades ( I = F/((A/B)-(C/B) )	Relación Ventas / Pto. Equilibrio ( J = H/A = I/B )
2008	13.697	108.967	***	***	***	***	***	21.108	167.918	0,65
2009	14.096	97.956	***	***	***	***	***	33.719	234.318	0,42
2010	19.426	107.677	***	***	***	***	***	19.096	105.850	1,02
Enero - Marzo 2011	2.697	13.260	***	***	***	***	***	1.642	8.074	1,64
<b>Var. 2009/2008</b>	3%	-10%	12%	-32%		5%	74%	60%	40%	
<b>Var. 2010/2009</b>	38%	10%	7%	226%		34%	-104%	-43%	-55%	

Nota: En negrita e itálica se presenta información confidencial, la misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro Nº 10.4**  
**Cuentas Específicas de ANTEOJOS DE SOL de LGI.**  
 En miles de pesos y unidades.

Periodo	Ventas al mercado interno en miles de pesos ( A )	Ventas en unidades ( B )	Costo Variable ( C )	Contribución marginal en miles de pesos ( D = A-C )	Contribución marginal % s/ventas ( E = D/A )	Costo Fijo ( F )	Resultado ( G = D-F )	Punto de Equilibrio en miles de pesos ( H = F/(1-(C/A) ) )	Punto de Equilibrio en unidades ( I = F/((A/B)-(C/B) ) )	Relación Ventas / Pto. Equilibrio ( J = H/A = I/B )
2008	2.009	17.538	659	1.350	67%	407	943	605	5.285	3,32
2009	2.204	18.334	886	1.319	60%	650	669	1.087	9.038	2,03
2010	2.397	16.564	975	1.422	59%	580	842	978	6.759	2,45
Enero - Marzo 2011	472	3.402	115	357	76%	44	313	59	423	8,03
Var. 2009/2008	10%	5%	34%	-2%		60%	-29%	79%	71%	
Var. 2010/2009	9%	-10%	10%	8%		-11%	26%	-10%	-25%	

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 11.1.a**  
**Importaciones de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	
2008	11.651.632		90.708	83.927	24.695	55.577	11.906.539
2009	9.262.707		94.646	92.719	13.864	41.512	9.505.448
2010	7.008.988		145.627	108.340	84.740	59.594	7.407.289
Ene-Mar 10	1.502.136		25.048	10.902	14.905	17.012	1.670.003
Ene-Mar 11	1.921.406		36.965	20.320	3.206	21.900	2.003.797
Var. 2009 / 2008	-21%		4%	10%	-44%	-25%	-5%
Var. 2010 / 2009	-24%		54%	17%	511%	44%	64%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	20%		48%	86%	-78%	29%	21%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	
2008	98		0,8	0,7	0,2	0,5	2
2009	97		1,0	1,0	0,1	0,4	3
2010	95		2,0	1,5	1,1	0,8	5
Ene-Mar 10	96		1,5	0,7	0,9	1,0	4
Ene-Mar 11	96		1,8	1,0	0,2	1,1	4

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 11.1.a (Cont. )**  
**Importaciones de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**

En DÓLARES FOB

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	
2008	13.446.628		3.190.771	169.961	79.571	911.339	4.351.642
2009	11.744.882		3.346.551	260.392	59.681	828.900	4.495.524
2010	12.090.053		4.523.397	313.052	392.632	1.140.435	6.369.517
Ene-Mar 10	2.828.218		675.342	40.682	35.035	238.193	989.252
Ene-Mar 11	4.488.979		1.252.034	80.234	15.396	290.374	1.638.038
Var. 2009 / 2008	-13%		5%	53%	-25%	-9%	3%
Var. 2010 / 2009	3%		35%	20%	558%	38%	42%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	59%		85%	97%	-56%	22%	66%
							-9%
							14%
							60%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 11.1.1.b**  
**Importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO			
2008	7.994.284	59.166	79.546	9.014	25.411	173.137	8.167.421	
2009	6.126.076	62.696	81.658	8.327	23.989	176.670	6.302.746	
2010	3.948.836	97.439	103.303	45.151	27.444	273.037	4.221.873	
Ene-Mar 10	576.666	13.170	9.226	5.005	6.444	33.845	610.511	
Ene-Mar 11	517.280	25.577	17.336	96	4.940	47.949	565.229	
Var. 2009 / 2008	-23%	6%	3%	-8%	-6%	2%	-23%	
Var. 2010 / 2009	-36%	55%	27%	442%	14%	55%	-33%	
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-10%	94%	88%	-98%	-23%	42%	-7%	

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO			
2008	98	1	1	0,1	0,3	2	100	
2009	97	1	1	0,1	0,4	3	100	
2010	94	2	2	1	0,7	6	100	
Ene-Mar 10	94	2	2	1	1,1	6	100	
Ene-Mar 11	92	5	3	0,02	0,9	8	100	

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 11.1.b (Cont. )  
Importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

En DÓLARES FOB

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	7.158.386		2.516.387	160.254	30.781	507.058	3.214.480	10.372.866
2009	6.187.533		2.722.979	251.774	35.972	509.099	3.519.824	9.707.358
2010	5.989.916		3.920.606	300.244	209.876	708.722	5.139.448	11.129.364
Ene-Mar 10	641.451		607.920	39.118	21.175	139.225	807.437	1.448.888
Ene-Mar 11	861.577		1.107.781	73.270	1.103	99.344	1.281.497	2.143.074
Var. 2009 / 2008	-14%		8%	57%	17%	0.4%	9%	-6%
Var. 2010 / 2009	-3%		44%	19%	483%	39%	46%	15%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	34%		82%	87%	-95%	-29%	59%	48%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 11.1.c**  
**Importaciones de ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	3.657.348		31.542	4.381	15.681	30.166	81.770	3.739.118
2009	3.136.631		31.950	11.061	5.537	17.523	66.071	3.202.702
2010	3.060.152		48.488	5.037	39.589	32.150	125.264	3.185.416
Ene-Mar 10	1.025.470		11.878	1.676	9.900	10.568	34.022	1.059.492
Ene-Mar 11	1.404.126		11.388	2.984	3.110	16.960	34.442	1.438.568
Var. 2009 / 2008	-14%		1%	152%	-65%	-42%	-19%	-14%
Var. 2010 / 2009	-2%		52%	-54%	615%	83%	90%	-0,5%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	37%		-4%	78%	-69%	60%	1%	36%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	98		0,8	0,1	0,4	0,8	2	100
2009	98		1,0	0,3	0,2	0,5	2	100
2010	96		1,5	0,2	1,2	1,0	4	100
Ene-Mar 10	97		1,1	0,2	0,9	1,0	3	100
Ene-Mar 11	98		0,8	0,2	0,2	1,2	2	100

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.







**Cuadro Nº 11.1.c (Cont. )  
Importaciones de ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**

En DÓLARES FOB

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	
2008	6.288.242	674.384	9.707	48.790	404.281	7.425.403
2009	5.557.349	623.572	8.618	23.709	319.801	6.533.049
2010	6.100.137	602.791	12.808	182.766	431.714	7.330.206
Ene-Mar 10	2.186.768	67.422	1.564	13.860	98.968	2.368.582
Ene-Mar 11	3.627.402	144.253	6.964	14.293	191.030	3.983.943
Var. 2009 / 2008	-12%	-8%	-11%	-51%	-21%	-12%
Var. 2010 / 2009	10%	-3%	49%	671%	35%	12%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	66%	114%	345%	3%	93%	68%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro Nº 11.1.d**  
**Importaciones de ARMAZONES**

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO			
2008	3.550.848	31.542	4.381	15.681	30.166	81.770	3.632.618	
2009	2.802.446	31.950	11.061	5.537	17.523	66.071	2.868.517	
2010	2.705.968	48.488	3.043	39.589	32.150	123.270	2.829.238	
Ene-Mar 10	842.170	11.878	1.676	9.900	10.568	34.022	876.192	
Ene-Mar 11	1.317.986	11.388	1.770	3.110	16.960	33.228	1.351.214	
Var. 2009 / 2008	-21%	1%	152%	-65%	-42%	-19%	-21%	
Var. 2010 / 2009	-3%	52%	-72%	615%	83%	87%	-1%	
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	56%	-4%	6%	-69%	60%	-2%	54%	

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO			
2008	98	1	0.1	0.4	1	2	100	
2009	98	1	0.4	0.2	1	2	100	
2010	96	2	0.1	1	1	4	100	
Ene-Mar 10	96	1	0.2	1	1	4	100	
Ene-Mar 11	98	1	0.1	0.2	1	2	100	

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 11.1.d (Cont.)**  
**Importaciones de ARMAZONES**

En DÓLARES FOB

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS					Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO			
2008	6.229.568		674.384	9.707	48.790	404.281	1.137.161	7.366.729	
2009	5.367.998		623.572	8.618	23.709	319.801	975.699	6.343.698	
2010	5.830.302		602.791	7.601	182.756	431.714	1.224.862	7.055.163	
Ene-Mar 10	2.075.930		67.422	1.564	13.860	98.968	181.814	2.257.745	
Ene-Mar 11	3.566.367		144.253	3.844	14.293	191.030	353.421	3.919.788	
Var. 2009 / 2008	-14%		-8%	-11%	-51%	-21%	-14%	-14%	
Var. 2010 / 2009	9%		-3%	-12%	671%	35%	26%	11%	
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	72%		114%	146%	3%	93%	94%	74%	

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.

*ans*



**Cuadro N° 11.1.e**  
**Importaciones de GAFAS PREGRADUADAS**

En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	106.500		0	0	0	0	0	106.500
2009	334.185		0	0	0	0	0	334.185
2010	354.184		0	1.994	0	0	1.994	356.178
Ene-Mar 10	183.300		0	0	0	0	0	183.300
Ene-Mar 11	86.140		0	1.214	0	0	1.214	87.354
Var. 2009 / 2008	214%		s/v	s/v	s/v	s/v	s/v	214%
Var. 2010 / 2009	6%		s/v	-	s/v	s/v	-	7%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-53%		s/v	-	s/v	s/v	-	-52%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO		ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	100		0	0	0	0	0	100
2009	100		0	0	0	0	0	100
2010	99		0	1	0	0	1	100
Ene-Mar 10	100		0	0	0	0	0	100
Ene-Mar 11	99		0	1	0	0	1	100

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



**Cuadro N° 11.1.e (Cont. )  
 Importaciones de GAFAS PREGRADUADAS**

En DÓLARES FOB

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS				Total importaciones no investigadas	IMPORTACIONES TOTALES
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	58.674	0	0	0	0	0	58.674
2009	189.351	0	0	0	0	0	189.351
2010	269.836	0	5.207	0	0	5.207	275.043
Ene-Mar 10	110.838	0	0	0	0	0	110.838
Ene-Mar 11	61.035	0	3.120	0	0	3.120	64.155
Var. 2009 / 2008	223%	s/v	s/v	s/v	s/v	s/v	223%
Var. 2010 / 2009	43%	s/v	-	s/v	s/v	-	45%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-45%	s/v	-	s/v	s/v	-	-42%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



## Cuadro N° 11.2

Importaciones de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES Y GAFAS PREGRAUADAS, por material constitutivo, del origen investigado (CHINA).

a. En unidades

PERÍODO	Anteojos de sol				Armazones				Total importaciones
	Metal	Otros materiales	Total	Plástico	Metal	Otros materiales	Total	Gafas pregraduadas	
2008	2.452.531	5.541.753	7.994.284	1.171.970	2.223.963	154.915	3.550.848	106.500	11.651.632
2009	1.531.550	4.594.526	6.126.076	932.935	1.749.635	119.877	2.802.446	334.185	9.262.707
2010	1.154.217	2.794.619	3.948.836	981.690	1.665.260	59.018	2.705.968	354.184	7.008.988
Ene-Mar 10	151.244	425.422	576.666	198.683	598.148	45.338	842.170	183.300	1.602.136
Ene-Mar 11	361.265	156.015	517.280	443.506	865.303	9.177	1.317.986	86.140	1.921.406
Var. 2009 / 2008	-38%	-17%	-23%	-20%	-21%	-23%	-21%	214%	-21%
Var. 2010 / 2009	-25%	-39%	-36%	5%	-5%	-51%	-3%	6%	-24%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	139%	-63%	-10%	123%	45%	-80%	56%	-53%	20%

b. Participación (en porcentajes)

PERÍODO	Anteojos de sol				Armazones				Total importaciones
	Metal	Otros materiales	Total	Plástico	Metal	Otros materiales	Total	Gafas pregraduadas	
2008	21	48	69	10	19	1	30	1	100
2009	17	50	66	10	19	1	30	4	100
2010	16	40	56	14	24	1	39	5	100
Ene-Mar 10	9	27	36	12	37	3	53	11	100
Ene-Mar 11	19	8	27	23	45	0,5	69	4	100

Fuente: CNCE, sobre la base de DGA.



Cuadro N° 11.3.a  
 Importadores de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONE, JAFAS PREGRADUADAS originarios de China

a) Ordenados por su participación en el total importado en el año 2010

IMPORTADOR	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011		
	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking
***	2.041.897	18%	1	636.621	7%	4	785.742	11%	4	339.750	18%	1
***	902.998	8%	2	869.108	9%	1	773.175	11%	1	116.228	6%	3
***	324.215	3%	10	656.610	7%	3	461.849	7%	3	170.700	9%	2
***	330.588	3%	9	107.662	1%	22	328.038	5%	22	70.613	4%	9
***	160.964	1%	19	299.676	3%	6	288.323	4%	6	11.244	1%	34
***	184.906	2%	18	260.764	3%	8	221.535	3%	8	107.400	6%	4
***	254.722	2%	13	143.700	2%	15	189.660	3%	15			
***	247.018	2%	14	107.388	1%	23	179.914	3%	23			
***	561.753	5%	3	218.004	2%	10	173.582	2%	10			
***	211.035	2%	16	268.380	3%	7	162.900	2%	7			
***	155.570	1%	21	166.455	2%	13	160.098	2%	13			
***	14.501	0.1%	83	254.808	3%	9	150.605	2%	9			
***	139.968	1%	22	164.054	2%	14	142.200	2%	14			
***	109.768	1%	25	125.178	1%	18	128.522	2%	18			
***	84.132	1%	32	75.000	1%	31	115.412	2%	31			
***	13.395	0.1%	85	72.389	1%	33	103.392	1%	33			
***	11.725	0.1%	88	55.860	1%	32	102.095	1%	32			
***	119.139	1%	23	84.893	1%	27	98.682	1%	27			
***	216.324	2%	15	60.888	1%	40	73.647	1%	40			
***	5.577.486	48%		4.415.346	48%		1.837.665	26%				
Total general	11.651.632	100%		9.262.707	100%		7.008.988	100%		668.242	35%	
										1.821.406	100%	

b) Ordenados por su participación en el total importado durante el período 2008 - Enero/ Marzo 2011

IMPORTADOR	Total del período		RANKING			
	Unidades	Participación porcentual acumulada	2008	2009	2010	2011
***	3.804.110	13%	1	4	1	1
***	2.661.505	9%	2	1	2	2
***	1.613.374	5%	10	3	3	3
***	1.163.960	4%	7	2	2	2
***	981.866	3%	3	9	13	28
***	930.831	3%	4	6	5	34
***	750.683	3%	9	8	6	4
***	692.808	2%	13	10	9	11
***	609.597	2%	11	11	10	11
***	603.751	2%	6	11	11	16
***	602.150	2%	14	13	12	16
***	591.228	2%	4	16	14	15
***	573.820	2%	5	16	14	15
***	506.313	2%	18	23	8	6
***	488.267	2%	5	5	4	9
***	469.006	2%	5	63	2	
***	431.280	1%	5	21	29	
***	420.102	1%	6	11	11	
***	408.200	1%	21	18	16	19
***	377.375	1%	8	5	5	
***	350.412	1%	15	8	26	
***	333.360	1%	15	40	26	
***	315.159	1%	6	15	33	18
***	313.556	1%	22	32	18	
***	301.328	1%	12	25	24	19
***	291.501	1%	68	12	19	
***	286.390	1%	83	31	31	17
***	285.184	1%	70	20	17	17
***	279.626	1%	71	28	28	28
***	218.674	1%	72	27	25	15
***	197.081	1%	73	32	41	20
***	191.776	1%	74	35	30	39
***	184.922	1%	74	29	47	31
***	7.610.497	26%	85	42	42	22
Total general	29.844.732	100%				

Nota: En itálica y negrita se presenta información confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.



*Handwritten signature*

Cuadro Nº 11.3.b  
Importadores de ANTEOJOS DE SOL originarios de China

a) Ordenados por su participación en el total importado en el año 2010

IMPORTADOR	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011		
	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking
***	787.886	10%	2	695.010	11%	2	509.682	13%	2	3.600	1%	15
***	287.700	4%	10	631.500	10%	3	446.400	11%	3	146.400	28%	1
***	150.964	2%	13	258.684	4%	6	213.220	5%	6	105.000	20%	2
***	890.632	11%	1	143.700	2%	9	189.660	5%	5		34%	
***	302.688	4%	8	96.874	2%	16	185.244	5%	16	49.728	10%	4
***	559.953	7%	3	186.492	3%	8	169.923	4%	4	6.444	1%	9
***	211.691	3%	12	268.380	4%	5	162.900	4%	5		47%	
***	14.501	0%	58	253.608	4%	7	150.993	4%	7	14.700	3%	6
***	139.368	2%	16	134.598	2%	10	133.835	3%	10	10.799	2%	7
***	64.132	1%	24	75.000	1%	18	107.000	3%	18	95.000	18%	3
***	77.473	1%	22	72.399	1%	20	103.392	3%	20		64%	
***	117.010	1%	20	55.860	1%	26	98.682	2%	26		66%	
***	216.324	3%	11	73.311	1%	19	88.257	2%	19		68%	
***	148.222	2%	15	89.791	1%	17	85.908	2%	17	4.406	1%	12
Resto	4.015.740	50%		60.888	1%	22	73.200	2%	22		72%	
Total general	7.994.284	100%		39.204	1%	32	64.841	2%	32		74%	
				2.990.777	49%		54.723	1%			75%	
				6.126.076	100%		971.176	25%		81.203	16%	
							3.948.636	100%		517.280	100%	

b) Ordenados por su participación en el total importado durante el período 2008 - Enero/ Marzo 2011

IMPORTADOR	Total del período		RANKING			
	Unidades	Participación Porcentual	2008	2009	2010	2011
***	1.996.178	11%	2	2	1	15
***	1.512.000	8%	10	3	2	1
***	1.220.478	7%	1	16	5	4
***	1.152.180	6%	6	1		
***	978.854	5%	3	7	8	6
***	737.868	4%	13	6	3	2
***	665.547	4%	8	8	6	9
***	602.150	3%	4	11		
***	490.923	3%	12	10	10	7
***	488.287	3%	5	35		
***	431.280	2%	5	5	7	
***	408.200	2%		4		
***	374.400	2%	7			
***	350.412	2%	11	22	16	
***	333.360	2%	6	9	4	
***	315.159	2%	16	20	12	
***	301.328	2%	9			
***	297.115	2%	20	17	15	12
***	291.501	2%	58	18	11	3
***	286.341	2%	14	12	18	
***	252.267	1%	15	32	17	
***	239.041	1%	74	19	14	
***	224.994	1%	17	27	24	
Resto	4.636.612	25%				
Total general	18.586.475	100%				

Nota: En itálica y negrita se presenta información confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.





Cuadro Nº 11.3.c  
Importadores de ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS originarios de China

a) Ordenados por su participación en el total importado en el año 2010

IMPORADOR	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			
	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación acumulada	Participación	Ranking
*** **	1.151.365	31%	1	539.747	17%	1	602.498	20%	1	290.022	20%	21%	1
*** **	115.110	3%	7	84.200	3%	9	302.112	10%	9	70.613	30%	5%	6
*** **	27.900	1%	32	174.098	6%	3	263.493	9%	3	112.626	38%	8%	2
*** **	106.500	3%	8	113.184	4%	6	119.400	4%	6	4.800	42%	0.3%	44
*** **	13.395	0.4%	46	178.800	6%	2	108.741	4%	2	46.500	48%	3%	8
*** **	117.433	3%	6	53.027	2%	15	94.500	3%	15	24.000	49%	2%	15
*** **	97.787	3%	9	34.077	1%	25	91.657	3%	25	91.612	52%	7%	3
*** **	160.171	4%	5	82.000	3%	7	86.392	3%	7	86.392	55%		
*** **	7.045	0.2%	60	105.626	3%	10	76.404	2%	10	72.551	57%	6%	4
*** **	30.343	1%	29	37.893	1%	21	37.893	1%	21	21.733	59%	2%	16
*** **	52.075	1%	10	32.367	1%	27	42.882	1%	27	42.488	61%		
*** **	24.583	1%	35	42.862	1%	19	38.346	1%	19	38.949	62%	1%	23
*** **	49.453	1%	12	22.646	1%	39	36.114	1%	39	30.419	64%	1%	21
*** **	31.817	1%	28	67.211	2%	11	28.678	1%	11	35.947	66%	3%	9
*** **	972	0.03%	95	9.750	0.3%	63	32.450	1%	63	34.791	67%	2%	11
*** **	45.043	1%	19	35.173	1%	24	32.390	1%	24	32.390	69%		
*** **	39.489	1%	16	64.224	2%	12	18.978	1%	12	32.155	70%	3%	10
*** **	1.500.754	41%	21	1.376.703	44%	22	29.504	1%	22	29.504	72%	1%	18
Resto	3.657.348	100%		3.136.631	100%		815.149	27%		19.536	73%	1%	19
Total general							3.060.152	100%		422.628	100%	30%	
										1.404.126		100%	

b) Ordenados por su participación en el total importado durante el periodo 2008 - Enero/ Marzo 2011

IMPORADOR	Total del periodo			RANKING			
	Unidades	Participación individual	Participación Porcentual acumulada	2008	2009	2010	2011
*** **	2.583.632	23%	23%	1	1	1	1
*** **	665.327	6%	29%	7	3	3	2
*** **	456.925	4%	33%	2	9	2	6
*** **	448.803	4%	37%	3	5	5	3
*** **	440.541	4%	41%	4	2	6	8
*** **	429.812	4%	45%	5	7	10	4
*** **	334.779	3%	48%	6	25	8	3
*** **	266.179	2%	50%	9	10	9	5
*** **	265.284	2%	52%	32	6	5	44
*** **	244.012	2%	54%	4	14	36	4
*** **	184.922	2%	56%	46	15	7	15
*** **	183.207	2%	58%	12	12	17	11
*** **	163.750	1%	59%	16	12	21	18
*** **	163.702	1%	61%	10	19	15	12
*** **	150.078	1%	62%	19	24	20	10
*** **	139.222	1%	63%	60	21	11	16
*** **	125.176	1%	64%	14	28	45	13
*** **	124.569	1%	65%	31	13	40	24
*** **	122.987	1%	67%	21	22	23	19
*** **	121.843	1%	68%	35	39	16	9
*** **	121.082	1%	69%	29	27	13	23
*** **	115.386	1%	70%	13	30	24	34
*** **	112.628	1%	71%	25	29	25	20
*** **	109.902	1%	72%	20	44	22	17
*** **	102.376	1%	73%	23	17	42	17
*** **	101.374	1%	74%	24	35	46	14
Resto	2.980.551	26%	100%				
Total general	11.258.257	100%					

Nota: En itálica y negrita se presenta información confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.



Cuadro N° 11.3.d  
 Importadores de ARMAZONES originarios de China

a) Ordenados por su participación en el total importado en el año 2010

IMPORTADOR	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011			
	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	
*** **	1.151.365	32%	1	539.747	19%	1	602.498	22%	1	290.022	22%	1	
*** **	115.110	3%	7	84.200	3%	7	302.112	11%	7	70.613	5%	6	
*** **	13.395	0%	45	174.098	6%	2	138.693	5%	2	39%	73.326	6%	5
*** **	117.433	3%	6	53.027	2%	13	94.500	3%	13	42%	24.000	2%	14
*** **	97.787	3%	8	34.077	1%	23	91.657	3%	23	45%	91.612	7%	2
*** **	160.171	5%	5	82.000	3%	8	86.392	3%	8	49%			
*** **	7.045	0,2%	59	105.626	4%	5	76.404	3%	5	51%	87.611	7%	3
*** **	30.343	1%	28	37.893	1%	18	72.551	3%	18	54%	21.733	2%	15
*** **	52.075	1%	9	32.367	1%	25	42.488	2%	25	57%	15.884	1%	22
*** **	24.583	1%	34	42.862	2%	16	38.949	1%	16	59%	18.144	1%	20
*** **	49.453	1%	11	22.646	1%	36	38.346	1%	36	60%	30.419	2%	11
*** **	31.817	1%	27	67.211	2%	9	36.114	1%	9	62%	38.500	3%	8
*** **	972	0,03%	94	28.678	1%	29	34.791	1%	29	63%	30.596	2%	10
*** **	45.043	1%	18	9.750	0,3%	60	32.450	1%	60	64%			
*** **	27.900	1%	15	35.173	1%	21	32.390	1%	21	67%	37.470	3%	9
*** **	39.488	1%	31	64.224	2%	10	32.155	1%	10	68%	19.818	2%	17
*** **	38.560	1%	19	34.284	1%	22	31.500	1%	22	69%	4.800	0,4%	44
*** **	48.547	1%	20	18.978	1%	41	29.821	1%	41	70%	21.614	2%	16
*** **	35.327	1%	12	35.387	1%	19	29.504	1%	19	71%	19.536	1%	18
Resto	1.416.880	40%	24	31.857	1%	27	26.263	1%	27	72%	8.495	1%	33
Total general	3.550.848	100%		2.802.448	100%		2.765.847	27%		100%	384.412	1%	19

b) Ordenados por su participación en el total importado durante el periodo 2008 - Enero Marzo 2011

IMPORTADOR	Total del periodo			RANKING							
	Unidades	Participación individual	Participación acumulada	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
*** **	2.583.632	25%	25%	1	1	1	1	1	1	1	1
*** **	501.227	5%	30%	7	2	4	5	2	7	4	5
*** **	456.925	4%	34%	2	7	2	6	4	4	2	6
*** **	448.803	4%	38%	5	4	5	3	5	5	8	3
*** **	429.812	4%	43%	6	6	6	2	6	6	6	2
*** **	334.779	3%	45%	8	8	7	7	8	8	7	7
*** **	266.178	3%	48%	4	5	4	4	4	4	4	4
*** **	244.012	2%	51%	4	12	34		12	12	34	
*** **	184.922	2%	53%	45	13	5	14	13	13	5	14
*** **	183.207	2%	54%	15	10	15	15	10	10	15	15
*** **	163.702	2%	56%	15	16	19	17	16	16	19	17
*** **	150.076	1%	57%	9	9	13	11	9	9	13	11
*** **	139.272	1%	59%	18	18	18	9	18	18	18	9
*** **	125.178	1%	61%	13	26	43	12	13	26	43	12
*** **	124.969	1%	63%	30	11	38	23	11	11	38	23
*** **	122.987	1%	64%	20	19	22	18	19	19	22	18
*** **	121.843	1%	65%	34	36	14	8	34	36	14	8
*** **	121.082	1%	66%	28	25	11	22	28	25	11	22
*** **	115.396	1%	67%	12	28	23	33	12	28	23	33
*** **	112.828	1%	68%	24	27	24	19	24	27	24	19
*** **	109.902	1%	69%	19	41	21	16	19	41	21	16
*** **	102.376	1%	70%	22	14	40	44	22	14	40	44
*** **	101.374	1%	71%	23	33	33	44	23	33	33	44
*** **	99.020	1%	72%	10	32	49	30	10	32	49	30
*** **	98.484	1%	73%	31	22	20	44	31	22	20	44
Resto	2.771.963	27%	100%								
Total general	10.377.248	100%									

Nota: En itálica y negrita se presenta información confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.



*Handwritten signature/initials*



**Cuadro N° 11.3.e**  
**Importadores de GAFAS PREGRADUADAS originarios de China**

a) Ordenados por su participación en el total importado en el año 2010

IMPORTADOR	2008			2009			2010			Enero - Marzo 2011		
	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking	Unidades	Participación	Ranking
*** **												
*** **	106.500	100%	1	178.800	54%	1	124.800	35%	1	39.300	46%	2
*** **				78.900	24%	2	108.708	66%	2	46.500	54%	1
*** **				51.573	15%	3	87.900	25%	3			
*** **				24.912	7%	4	24.000	7%	4			
*** **							8.136	2%				
<b>Total general</b>	106.500	100%		334.185	100%		354.184	100%		86.140	100%	3

b) Ordenados por su participación en el total importado durante el período 2008 -Enero/ Marzo 2011

IMPORTADOR	Unidades	Total del período			RANKING					
		Participación individual	Participación acumulada	Porcentual	2008		2009		2010	
*** **	440.508	50%	50%		1	1	1	2	1	
*** **	166.800	19%	69%			2	2	3		
*** **	164.100	19%	88%					1	2	
*** **	75.573	9%	96%				3	4		
*** **	33.048	4%	100%				4	5		
*** **	980	0.1%	100%					6		
<b>Total general</b>	881.009	100%								

Nota: En itálica y negrita se presenta información confidencial. La misma será reemplazada por asteriscos en la versión pública del presente informe.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.





**Cuadro N° 12.a**  
**Precios Medios Fob de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES Y GAFAS**  
**PREGRADUADAS**

En DÓLARES FOB POR UNIDAD

Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS			
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO
2008	1,15	35,18	2,03	3,22	16,40
2009	1,27	35,36	2,81	4,30	19,97
2010	1,72	31,06	2,89	4,63	19,14
Ene-Mar 10	1,77	26,96	3,73	2,35	14,00
Ene-Mar 11	2,34	33,87	3,95	4,80	13,26
Var. 2009 / 2008	10%	0,52%	39%	34%	22%
Var. 2010 / 2009	36%	-1,2%	3%	8%	-4%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	32%	26%	6%	104%	-5%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



*Handwritten signature*

**Cuadro N° 12.b**  
**Precios Medios Fob de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

En DÓLARES FOB POR UNIDAD

Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS			
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO
2008	0.90	42.53	2.01	3.41	19.95
2009	1.01	43.43	3.08	4.32	21.22
2010	1.52	40.36	2.91	4.65	25.82
Ene-Mar 10	1.11	46.16	4.24	4.23	21.61
Ene-Mar 11	1.67	43.31	4.23	11.49	20.11
Var. 2009 / 2008	13%	2%	53%	27%	6%
Var. 2010 / 2009	50%	-7%	-6%	8%	22%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	50%	-6%	-0,3%	172%	-7%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.

*[Handwritten signature]*

**Cuadro N° 12.c**  
**Precios Medios Fob de las importaciones de ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**

En DÓLARES FOB POR UNIDAD

Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS			
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO
2008	1,72	21,38	2,22	3,11	13,40
2009	1,77	19,52	0,78	4,28	18,25
2010	1,99	12,43	2,54	4,62	13,43
Ene-Mar 10	2,13	5,68	0,93	1,40	9,36
Ene-Mar 11	2,58	12,67	2,33	4,60	11,26
Var. 2009 / 2008	3%	-9%	-65%	38%	36%
Var. 2010 / 2009	13%	-36%	226%	8%	-26%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	21%	123%	150%	228%	20%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 12.d**  
**Precios Medios Fob de las importaciones de ARMAZONES**

En DÓLARES FOB POR UNIDAD

Annual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS			
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO
2008	1,75	21,38	2,22	3,11	13,40
2009	1,92	19,52	0,78	4,28	18,25
2010	2,15	12,43	2,50	4,62	13,43
Ene-Mar 10	2,46	5,68	0,93	1,40	9,36
Ene-Mar 11	2,71	12,67	2,17	4,60	11,26
Var. 2009 / 2008	9%	-9%	-65%	38%	36%
Var. 2010 / 2009	12%	-36%	221%	8%	-26%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	10%	123%	132,8%	228%	20%

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.



*Amf*

**Cuadro N° 12.e**  
**Precios Medios Fob de las importaciones de GAFAS PREGRADUADAS**

En DÓLARES FOB POR UNIDAD

Anual

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO	ORIGENES NO INVESTIGADOS			
	CHINA	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO
2008	0,55	s/op	s/op	s/op	s/op
2009	0,57	s/op	s/op	s/op	s/op
2010	0,76	s/op	2,61	s/op	s/op
Ene-Mar 10	0,60	s/op	s/op	s/op	s/op
Ene-Mar 11	0,71	s/op	2,57	s/op	s/op
Var. 2009 / 2008	3%	-	-	-	-
Var. 2010 / 2009	34%	-	-	-	-
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	17%	-	-	-	-

Fuente: CNCE sobre la base de información suministrada por la DGA y obrante en el expediente de referencia.





**Cuadro N° 13.1.1**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas (1)

Nivel de comercialización: Primera venta  
En pesos por unidad

PERIODO	PRECIO IMPORTADO ORIGEN INVESTIGADO - CHINA				PRECIO NACIONAL
	Empresas importadoras participantes		Fob medio nacionalizado (2)		
	Promedio ponderado	Mínimo	Máximo		
2008	10,93	6,76	26,40	11,91	93,47
2009	8,30	6,15	31,40	13,18	97,24
2010	12,32	7,35	50,44	16,63	105,90
Ene-Mar 10	7,11	5,85	9,07	13,16	89,84
Ene-Mar 11	14,71	8,00	44,19	20,79	107,63
Var. 2009 / 2008	-24%	-9%	19%	11%	4%
Var. 2010 / 2009	48%	19%	61%	26%	9%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	107%	37%	387%	58%	20%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 62% de las importaciones totales de anteojos del origen investigado. Cabe mencionar que dicho SIM abarca un universo más amplio de productos que el tipo representativo informado por las empresas.

Nota 3: Las importaciones de GLASSORAMA, LOVELL, HORZY, MANIK, SOVANO, BRUCK'S, ARITAM y WARSZAWSKI representaron, en conjunto, entre el 32% y el 60% de las importaciones Chinas de anteojos de sol durante el período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro N° 13.1.1 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Plástico inyectado (no incluye poliamidas), sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas (1)

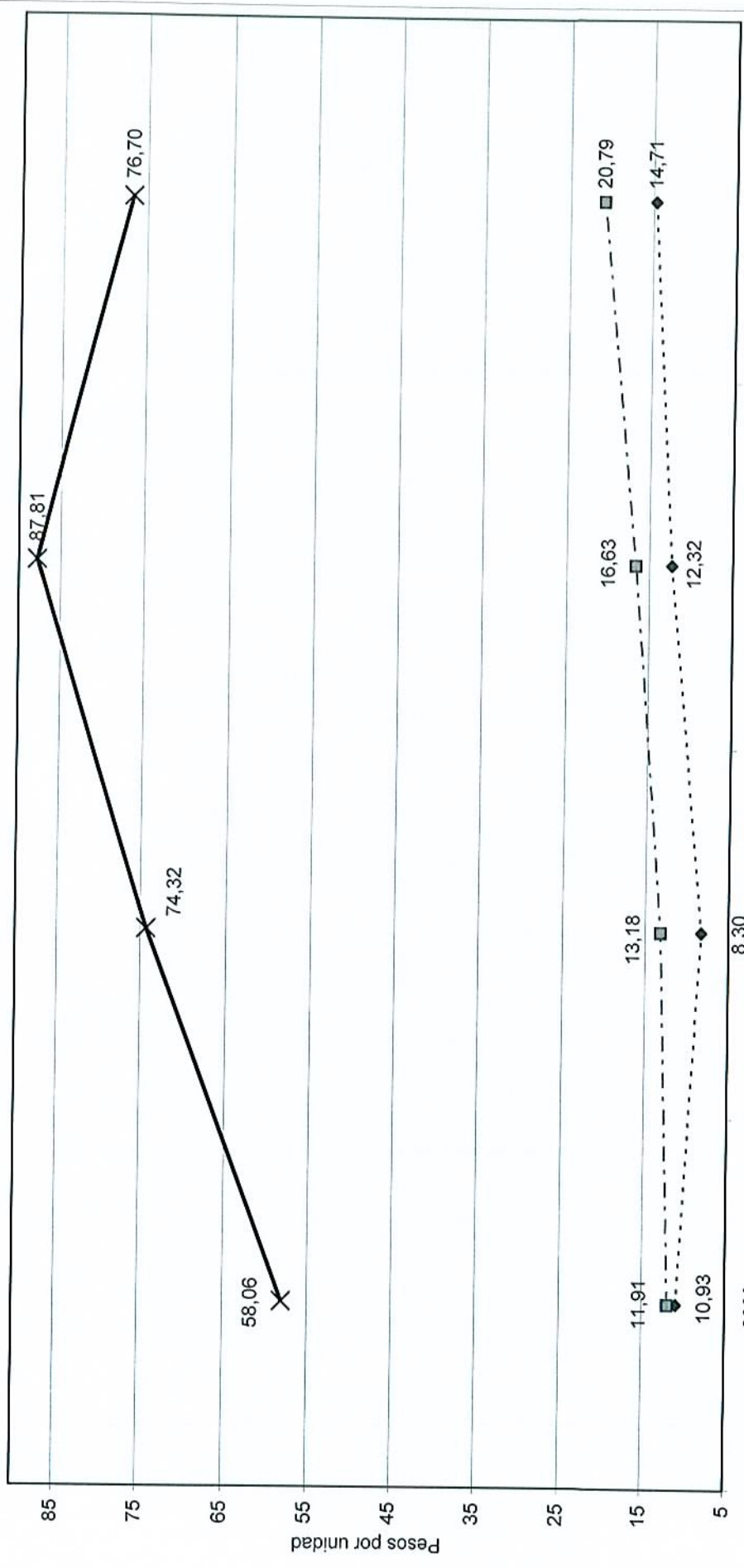
Nivel de comercialización: Primera venta  
En porcentajes

PERIODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional ORIGEN INVESTIGADO - CHINA									
	PROMEDIO PONDERADO - PRECIO NACIONAL		PRECIO MINIMO - PRECIO NACIONAL		PRECIO MAXIMO - PRECIO NACIONAL		FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL		SIGNO DIFERENCIA %	
	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %	Signo diferencia %
2008	-88	(-)	-93	(-)	-72	(-)	-87	(-)	(-)	(-)
2009	-91	(-)	-94	(-)	-68	(-)	-86	(-)	(-)	(-)
2010	-88	(-)	-93	(-)	-52	(-)	-84	(-)	(-)	(-)
Ene-Mar 10	-92	(-)	-93	(-)	-90	(-)	-85	(-)	(-)	(-)
Ene-Mar 11	-96	(-)	-93	(-)	-59	(-)	-81	(-)	(-)	(-)

(1)  $P_{MIP} \left[ \frac{P_{MAC}}{P_{NC}} \right] \times 100$



**Gráfico N° 1.1**  
**Anteojos de sol de plástico inyectado (no incluye poliamidas)**  
**Costo medio unitario del producto nacional y precios del producto originario de China**



---◆--- Precio promedio ponderado de las empresas importadoras - origen China  
---□--- Precio medio nacionalizado - origen China  
---×--- Costo medio unitario del relevamiento



*[Handwritten signature]*

**Cuadro N° 13.1.2**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO				PRECIO NACIONAL
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA				
	Empresas importadoras participantes		Fob medio nacionalizado (2)		
	Promedio ponderado	Mínimo	Máximo		
2008	13,38	7,38	26,40	10,74	111,80
2009	11,95	6,38	31,40	11,98	112,60
2010	15,45	7,59	34,40	14,35	136,18
Ene-Mar 10	10,32	8,50	13,31	12,49	118,58
Ene-Mar 11	22,27	12,63	39,09	9,35	125,77
Var. 2009 / 2008	-11%	-14%	19%	12%	1%
Var. 2010 / 2009	29%	19%	10%	20%	21%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	116%	49%	194%	-25%	6%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 20% de las importaciones totales de anteojos del origen investigado. Cabe mencionar que dicho SIM abarca un universo más amplio de productos que el tipo representativo informado por las empresas.

Nota 3: Las importaciones de GLASSORAMA, LOVELL, HORZY, MANIK, SOVANO, BRUCKS, ARITAM y WARSZAWSKI representaron, en conjunto, entre el 32% y el 60% de las importaciones chinas de anteojos de sol durante el periodo investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro N° 13.1.2 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con lentes acrílicas. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

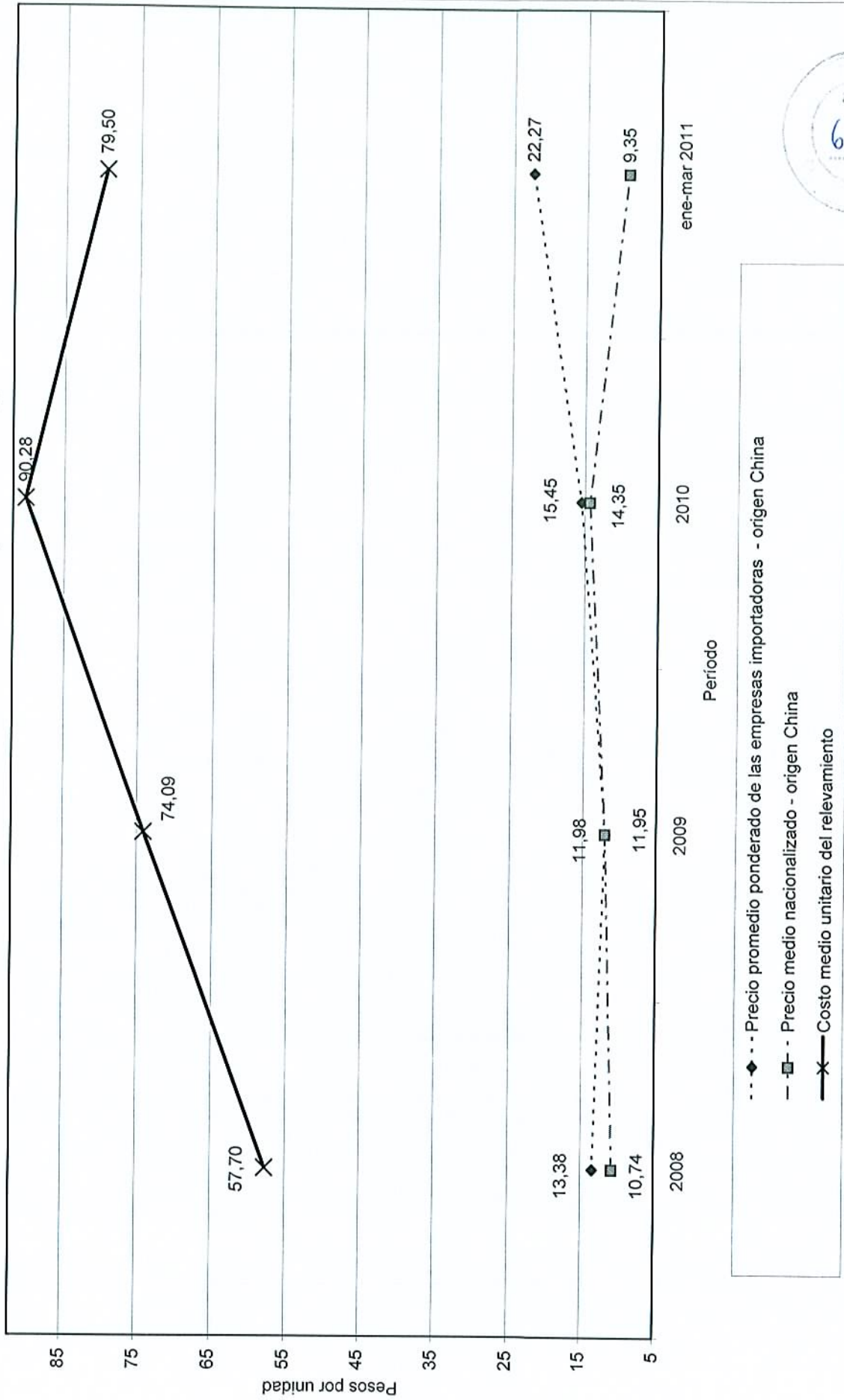
En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional					
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA					
	PROMEDIO PONDERADO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MINIMO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MÁXIMO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-88	(-)	-83	(-)	-76	(-)
2009	-89	(-)	-94	(-)	-72	(-)
2010	-89	(-)	-94	(-)	-75	(-)
Ene-Mar 10	-91	(-)	-93	(-)	-89	(-)
Ene-Mar 11	-82	(-)	-90	(-)	-59	(-)

$$(1) P_{NIP} \left[ \frac{P_{NAC}}{P_{NAC}} \right] \times 100$$



**Gráfico N° 1.2**  
**Anteojos de sol de metal con o sin marca**  
**Costo medio unitario del producto nacional y precios del producto originario de China**



**Cuadro N° 13.1.3**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO	PRECIO NACIONAL
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA Fob medio nacionalizado (2)	
2008	85,82	121,77
2009	85,20	154,13
2010	84,60	183,66
Ene-Mar 10	105,66	135,81
Ene-Mar 11	100,11	183,20
Var. 2009 / 2008	-1%	27%
Var. 2010 / 2009	-1%	19%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-5%	35%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 0,4% de las importaciones totales de anteojos del origen investigado. Cabe mencionar que dicho SIM abarca un universo más amplio de productos que el tipo representativo si bien se pudo realizar una identificación más exacta que en otros casos - Ninguna de las empresas importadoras participantes presentó información sobre este tipo de producto.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro N° 13.1.3 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA
	FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-30	(-)
2009	-45	(-)
2010	-54	(-)
Ene-Mar 10	-22	(-)
Ene-Mar 11	-45	(-)

(1)  $P_{IMP} \left[ \frac{P_{NAC}}{P_{NAC}} \right] \times 100$



*Handwritten signature*

**Versión pública - Gráfico 1.3**

**Anteojos de sol de plástico fresado**  
**Costo medio unitario del producto nacional y precio del producto originario de China**

El precio medio nacionalizado de los anteojos de sol de plástico fresado, originarios de China, resulta inferior al correspondiente costo medio unitario del relevamiento durante la totalidad del período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro N° 13.1.4**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO	PRECIO NACIONAL
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA Fob medio nacionalizado (2)	
2008	31,41	135,83
2009	43,66	148,53
2010	35,65	187,56
Ene-Mar 10	35,00	154,82
Ene-Mar 11	27,22	207,38
Var. 2009 / 2008	39%	9%
Var. 2010 / 2009	-18%	26%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-22%	34%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.  
 Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 10% de las importaciones totales de anteojos del origen investigado. - Ninguna de las importaciones totales de anteojos del origen investigado. - Ninguna de las empresas importadoras.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro N° 13.1.4 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA
	FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-77	(-)
2009	-71	(-)
2010	-81	(-)
Ene-Mar 10	-77	(-)
Ene-Mar 11	-87	(-)

(1)  $P_{IMP} \left[ \frac{P_{NAC}}{P_{NAC}} \right] 100$





Versión pública - Gráfico 1.4

Anteojos de sol de metal correspondientes a un segmento medio / alto  
Costo medio unitario del producto nacional y precio del producto originario de China

El precio medio nacionalizado de los anteojos de sol de metal, correspondientes a un segmento medio / alto, a originarios de China, resulta inferior al correspondiente costo medio unitario promedio del relevamiento durante la totalidad del período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro Nº 13.1.5**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO	PRECIO NACIONAL
2008	35,63	120,01
2009	11,04	133,74
2010	24,69	170,82
Ene-Mar 10	43,69	136,51
Ene-Mar 11	37,49	196,98
Var. 2009 / 2008	-69%	11%
Var. 2010 / 2009	124%	28%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-14%	44%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 2% de las importaciones totales de anteojos del origen investigado. - Ninguna de las empresas importadoras participantes presentó información sobre este tipo de producto.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro Nº 13.1.5 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ANTEOJOS DE SOL**

Tipo representativo: Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA
2008	-70	(-)
2009	-92	(-)
2010	-86	(-)
Ene-Mar 10	-68	(-)
Ene-Mar 11	-81	(-)

(1)  $P_{IMP} \left\{ \begin{matrix} P_{NAC} \\ X \\ P_{NAC} \end{matrix} \right\} 100$





Versión pública - Gráfico 1.5

Anteojos de sol de plástico inyectado de poliamida  
Costo medio unitario del producto nacional y precio del producto originario de China

El precio medio nacionalizado de los anteojos de sol de plástico inyectado de poliamida, originarios de China, resulta inferior al correspondiente costo medio unitario del relevamiento durante la totalidad del período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

*Handwritten signature or mark.*

**Cuadro Nº 13.2.1**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ARMAZONES**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentés de demostración. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta  
En pesos por unidad

PERIODO	PRECIO IMPORTADO - ORIGEN INVESTIGADO - CHINA				PRECIO NACIONAL
	Empresas importadoras participantes		Fob medio nacionalizado (2)		
	Promedio ponderado	Mínimo	Máximo		
2008	20,65	12,98	57,50	20,65	37,80
2009	19,42	12,25	54,31	25,18	51,37
2010	22,40	13,50	52,65	23,34	78,10
Ene-Mar 10	17,90	16,65	53,25	19,03	80,59
Ene-Mar 11	23,11	22,15	54,15	37,66	101,60
Var. 2009 / 2008	-6%	-6%	-6%	22%	36%
Var. 2010 / 2009	15%	10%	-3%	-7%	52%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	29%	33%	2%	98%	26%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 22% de las importaciones totales de armazones del origen investigado. Cabe mencionar que dicho SIM abarca un universo más amplio de productos que el tipo representativo informado por las empresas.

Nota 3: Las importaciones de GLASSORAMA, HORZY, MANIK, BRUCK'S, ARITAM y WARSZAWSKI representaron entre el 27% y el 36% de las importaciones chinas de armazones durante el período investigado.

Fuente: CNCCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro Nº 13.2.1 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ARMAZONES**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentés de demostración. (1)

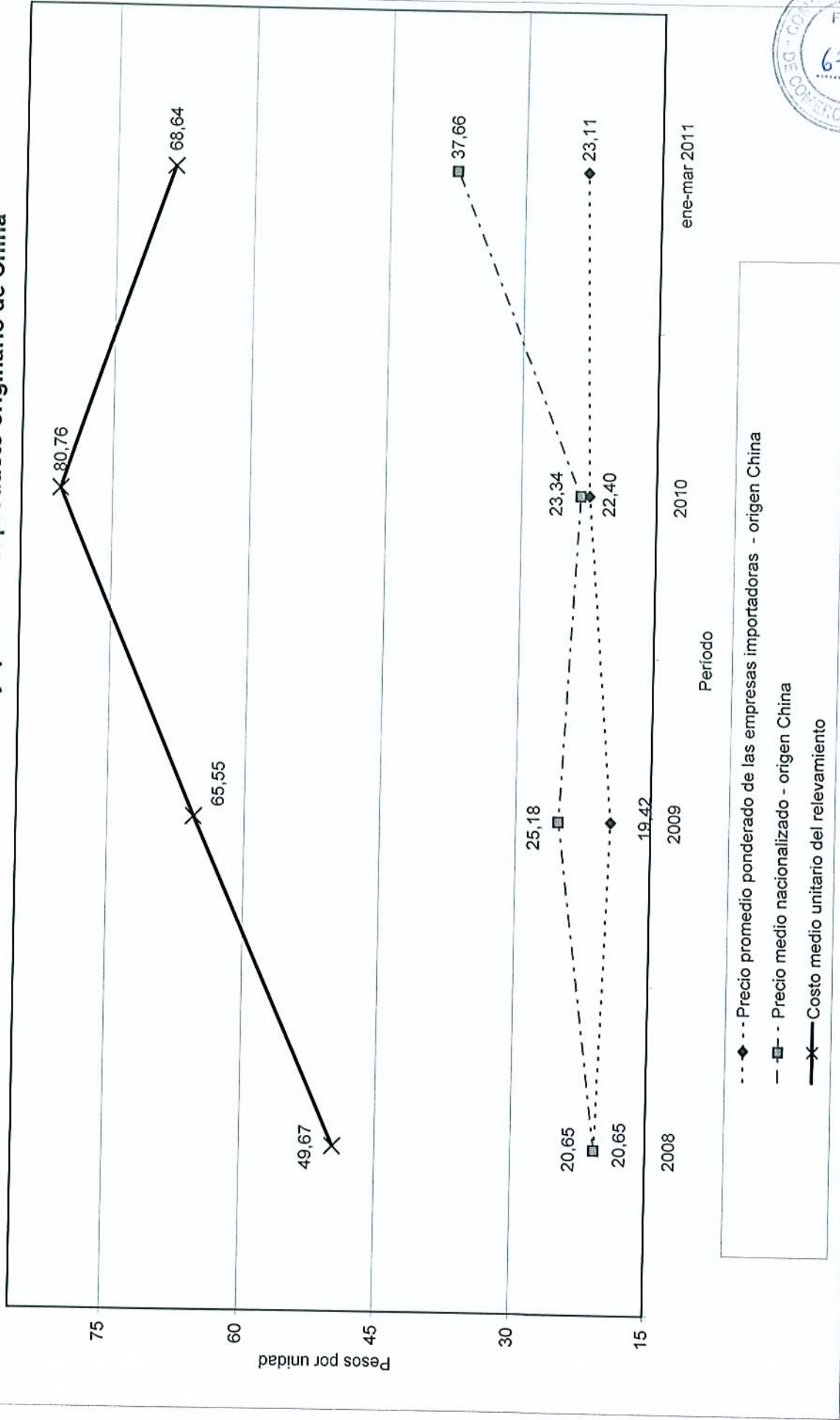
Nivel de comercialización: Primera venta  
En porcentajes

PERIODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional							
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA				PRECIO MÁXIMO - NACIONAL			
	PROMEDIO PONDERADO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MINIMO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MÁXIMO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-45	(-)	-66	(-)	52	+	-45	(-)
2009	-62	(-)	-76	(-)	6	+	-51	(-)
2010	-71	(-)	-83	(-)	-33	(-)	-70	(-)
Ene-Mar 10	-78	(-)	-79	(-)	-34	(-)	-76	(-)
Ene-Mar 11	-77	(-)	-78	(-)	-47	(-)	-63	(-)

$$(1) P_{IMP} \left[ \frac{P_{INC}}{P_{NAC}} \right] \times 100$$



**Gráfico N° 2.1**  
**Armazones de metal con o sin marca**  
**Costo medio unitario del producto nacional y precios del producto originario de China**



*[Handwritten signature]*

Cuadro N° 13.2.2

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ARMAZONES**

Tipo representativo: Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO		PRECIO NACIONAL
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA		
	Empresas importadoras participantes	Fob medio nacionalizado (2)	
2008	122,88	32,69	109,14
2009	120,00	40,54	105,56
2010	120,00	37,49	147,16
Ene-Mar 10	120,00	35,50	139,84
Ene-Mar 11	118,80	33,58	189,62
Var. 2009 / 2008	-2%	24%	-3%
Var. 2010 / 2009	s/v	-8%	39%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-1%	-5%	36%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas - El SIM seleccionado representó el 3% de las importaciones totales de armazones del origen investigado.

Nota 3: Las importaciones de HORZY representaron entre el 1% y el 2% de las importaciones chinas de armazones durante el período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

Cuadro N° 13.2.2(Cont.)

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ARMAZONES**

Tipo representativo: Plástico (acetato) fresado con patilla flex con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties. (1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional		
	HORZY - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL
2008	13	+	-70
2009	14	+	-62
2010	-18	(-)	-75
Ene-Mar 10	-14	(-)	-75
Ene-Mar 11	-37	(-)	-82

(1)  $P_{IMP} \left[ \frac{P_{NAC}}{P_{NAC}} \right] \times 100$





Versión pública - Gráfico 2.2

Armazones de plástico fresado  
Costo medio unitario del producto nacional y precios del producto originario de China

El costo medio unitario del relevamiento se ubicó entre el precio medio nacionalizado y el precio promedio de las empresas importadoras en el año 2008. A partir del año 2009 el costo medio unitario nacional fue superior a dichos precios del producto importado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro Nº 13.2.3**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ARMAZONES**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.(1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO	PRECIO NACIONAL
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA	
2008	34,31	97,00
2009	58,65	131,49
2010	44,86	156,70
Ene-Mar 10	45,84	142,63
Ene-Mar 11	80,13	198,88
Var. 2009 / 2008	71%	36%
Var. 2010 / 2009	-24%	19%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	75%	39%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 37% de las importaciones totales de armazones del origen investigado. - Ninguna de las empresas importadoras Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro Nº 13.2.3 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ARMAZONES**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio) con o sin patilla flex, con marca propia correspondiente a un segmento medio/ alto o los que pagan royalties.(1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA
	FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-65	(-)
2009	-55	(-)
2010	-71	(-)
Ene-Mar 10	-68	(-)
Ene-Mar 11	-60	(-)

$$(1) P_{IMP} \left[ \frac{P_{NAC}}{P_{NAC}} \right] \times 100$$



Versión pública - Gráfico 2.3

Armazones de metal correspondientes a un segmento medio / alto  
Costo medio unitario del producto nacional y precio del producto originario de China

El precio medio nacionalizado de los armazones de metal, correspondientes a un segmento medio / alto, a originarios de China, resulta inferior al correspondiente costo medio unitario promedio del relevamiento durante la totalidad del período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.





**Cuadro Nº 13.2.4**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de ARMAZONES**

**Cuadro Nº 13.2.4 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de ARMAZONES**

Tipo representativo: Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex.(1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO		PRECIO NACIONAL
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA	Fob medio nacionalizado (2)	
2008	48,85	64,80	
2009	46,46	122,77	
2010	48,54	153,63	
Ene-Mar 10	61,27	143,84	
Ene-Mar 11	66,71	179,14	
Var. 2009 / 2008	-5%	89%	
Var. 2010 / 2009	4%	25%	
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	9%	25%	

Tipo representativo: Plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex.(1)

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional	
	FOB MEDIO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-25	(-)
2009	-62	(-)
2010	-68	(-)
Ene-Mar 10	-57	(-)
Ene-Mar 11	-63	(-)

$$(1) P_{IMP} \left\{ \begin{array}{l} P_{NAC} \\ X \\ P_{NAC} \end{array} \right\} 100$$

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 2% de las importaciones totales de armazones del origen investigado. - Ninguna de las empresas importadoras participantes presentó información sobre este tipo de producto.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



*Handwritten signature*

**Versión pública - Gráfico 2.4**

**Armazones de plástico inyectado de poliamida  
Costo medio unitario del producto nacional y precio del producto originario de China**

El precio medio nacionalizado de los armazones de plástico inyectado de poliamida, originarios de China, resulta inferior al correspondiente costo medio unitario del relevamiento durante la totalidad del período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro N° 13.3.1**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de GAFAS PREGRADUADAS**

Tipo representativo: Plástico inyectado con patilla flex. con lentes acrílicos (1).

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO ORIGEN INVESTIGADO - CHINA				PRECIO NACIONAL
	Empresas importadoras participantes		Fob medio nacionalizado (2)		
	Promedio ponderado	Mínimo	Máximo		
2008	s/op	s/op	s/op	s/op	64,80
2009	10,42	6,59	13,90	7,56	122,77
2010	9,70	9,17	11,38	12,72	153,63
Ene-Mar 10	s/d	s/d	s/d	9,15	143,84
Ene-Mar 11	12,13	12,13	12,13	s/op	179,14
Var. 2009 / 2008	-	-	-	-	89%
Var. 2010 / 2009	-7%	39%	-18%	-	25%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-	-	-	-	25%

**Cuadro N° 13.3.1 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de GAFAS PREGRADUADAS**

Tipo representativo: Plástico inyectado con patilla flex. con lentes acrílicos (1).

Nivel de comercialización: Primera venta

En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional					
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA					
	PROMEDIO PONDERADO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MINIMO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MAXIMO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	s/op	s/op	-	s/op	-	s/op
2009	-92	(-)	-95	(-)	-89	(-)
2010	-94	(-)	-94	(-)	-93	(-)
Ene-Mar 10	s/d	s/d	-93	(-)	-93	(-)
Ene-Mar 11	-93	(-)	-93	(-)	-93	(-)

$$(1) P_{IMP} \left[ \frac{P_{NAC}}{P_{NAC}} \times 100 \right]$$

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 11% de las importaciones totales de gafas pregraduadas del origen investigado. Cabe mencionar que dicho SIM abarca un universo más amplio de productos que el tipo representativo informado por las empresas.

Nota 3: Corresponden a los precios de los armazones de plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex, ya que no hay precios de venta de gafas pregraduadas de origen nacional. - Ver Notas Metodológicas.

Nota 4: Las importaciones de LOVELL, SOVANO y BRUCK'S representaron entre el 54%y el 100% de las importaciones chinas de gafas pregraduadas durante el periodo investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Versión pública - Gráfico 3.1**

**Gafas pregraduadas de plástico inyectado**

**Costo medio unitario del producto nacional<sup>1</sup> y precios del producto originario de China**

El precio promedio de las empresas importadoras y el precio medio nacionalizado de las gafas pregraduadas de plástico inyectado, originarias de China, resulta inferior al correspondiente costo medio unitario del relevamiento durante la totalidad del período investigado.

Nota 1: Corresponden a los costos de los armazones de plástico inyectado de poliamida con o sin patillas flex, ya que no hay producción de gafas pregraduadas de origen nacional - Ver Notas Metodológicas.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



*Alm?*

**Cuadro N° 13.3.2**

**Comparación de los precios internos de la producción nacional con los precios nacionalizados de las importaciones de GAFAS PREGRAUADAS**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio) con patilla flex. con lentes acrílicos (1).

Nivel de comercialización: Primera venta

En pesos por unidad

PERÍODO	PRECIO IMPORTADO ORIGEN INVESTIGADO - CHINA			PRECIO NACIONAL
	Empresas importadoras participantes		Fob medio nacionalizado (2)	
	Promedio ponderado	Mínimo Máximo		
2008	14,03	6,30	15,36	37,80
2009	8,89	6,88	10,36	51,37
2010	15,81	7,14	18,19	78,10
Ene-Mar 10	10,69	10,69	10,69	80,59
Ene-Mar 11	27,14	6,86	29,90	101,60
Var. 2009 / 2008	-37%	9%	-33%	36%
Var. 2010 / 2009	78%	4%	76%	52%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	154%	-36%	180%	26%

Nota 1: Para detalles sobre los modelos informados por las distintas empresas, ver Notas Metodológicas.

Nota 2: Para detalles sobre la estimación, ver Notas Metodológicas. - El SIM seleccionado representó el 89% de las importaciones totales de gafas pregraduadas del origen investigado.

Nota 3: Corresponden a los precios de los armazones de Metal (no incluye titanio), con o sin patilla flex y con o sin bisagra metálica, sin marca o de marca propia, con o sin lentes de demostración., ya que no hay precios de venta de gafas pregraduadas de origen nacional - Ver Notas Metodológicas.

Nota 4: Las importaciones de LOVELL, MANIK, SOVANO y BRUCK S representaron entre el 93% y el 100% de las importaciones chinas de gafas pregraduadas durante el período investigado.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.

**Cuadro N° 13.3.2 (Cont.)**

**Diferencia porcentual entre los precios nacionalizados de las importaciones y los precios nacionales de GAFAS PREGRAUADAS**

Tipo representativo: Metal (no incluye titanio) con patilla flex. con lentes acrílicos (1).

Nivel de comercialización: Primera venta

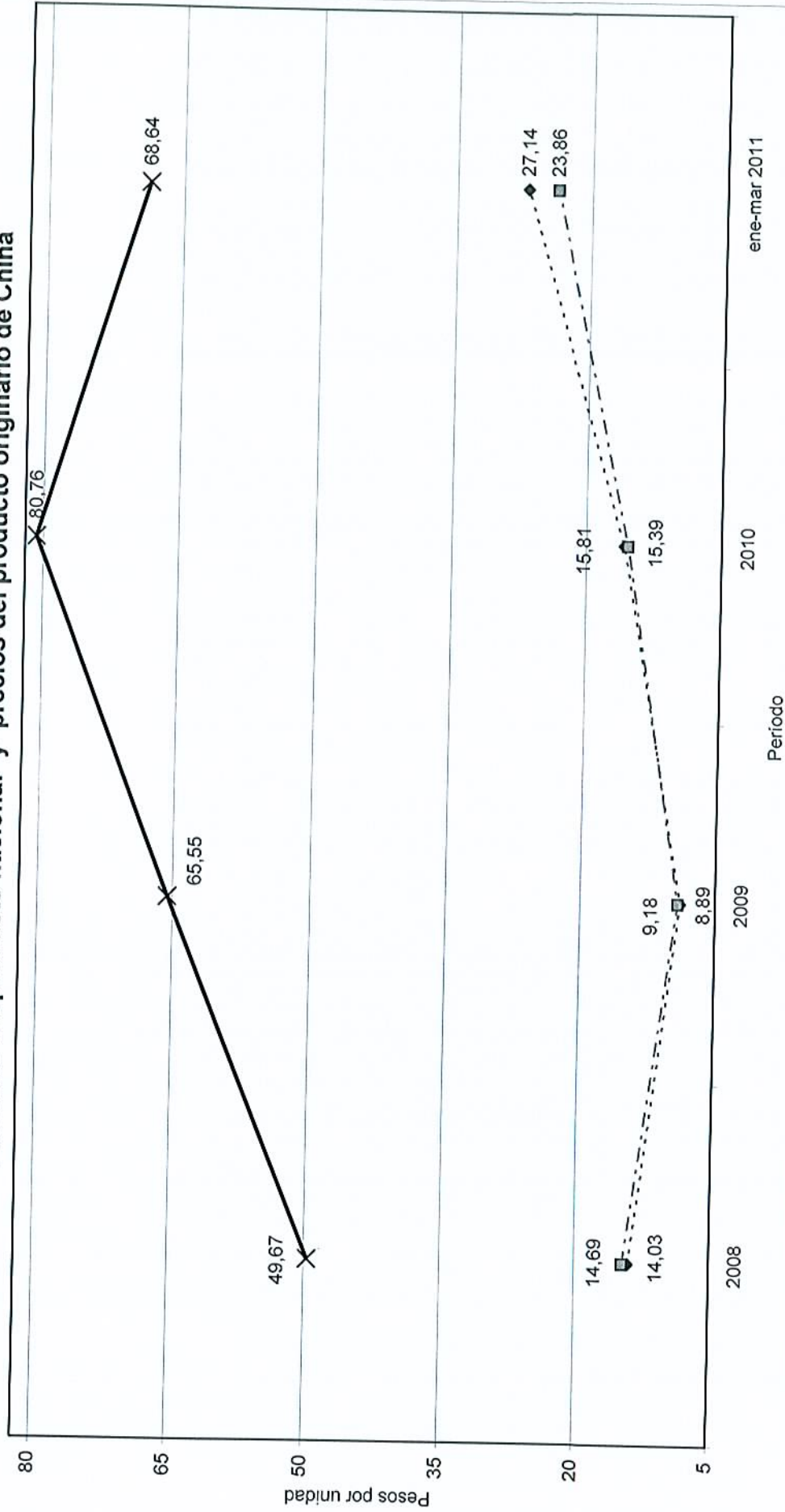
En porcentajes

PERÍODO	DIFERENCIA PORCENTUAL: (Precio Importado - Precio Nacional) / Precio Nacional					
	ORIGEN INVESTIGADO - CHINA			PRECIO NACIONAL		
	Promedio ponderado	Signo diferencia %	PRECIO MINIMO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %	PRECIO MAXIMO - PRECIO NACIONAL	Signo diferencia %
2008	-63	(-)	-83	(-)	-59	(-)
2009	-83	(-)	-87	(-)	-80	(-)
2010	-80	(-)	-91	(-)	-77	(-)
Ene-Mar 10	-87	(-)	-87	(-)	-87	(-)
Ene-Mar 11	-73	(-)	-93	(-)	-71	(-)

(1)  $P_{IMP} \left[ \frac{P_{MAC}}{P_{NC}} \right] \times 100$



**Gráfico N° 3.2**  
**Gafas pregraduadas de metal**  
**Costo medio unitario del producto nacional<sup>1</sup> y precios del producto originario de China**



- - - Precio promedio ponderado de las empresas importadoras - origen China  
 - - - Precio medio nacionalizado - origen China  
 - - - Costo medio unitario del relevamiento



Fuente: CNCE, sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y DGA.

*Handwritten signature*



**Cuadro N° 14.b**  
**Consumo Aparente de ANTEOJOS DE SOL**  
 En UNIDADES

a. Anual

PERIODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	136.168	80.406	216.574	59.166	79.546	9.014	25.411	173.137	8.069.023
2009	121.376	18.657	140.033	62.696	81.658	8.327	23.989	176.670	6.233.083
2010	136.183	16.468	152.651	97.139	103.303	45.151	27.444	273.037	4.265.143
Ene-Mar 10	18.665	6.018	24.683	13.170	9.226	5.005	6.444	33.845	665.507
Ene-Mar 11	20.178	915	21.093	25.577	17.336	96	4.940	47.949	541.845
Var. 2009 / 2008	-11%	-77%	-35%	6%	9%	-8%	-8%	2%	-29%
Var. 2010 / 2009	12%	-12%	9%	55%	27%	442%	14%	56%	-31%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	8%	-85%	-15%	94%	88%	-96%	-23%	42%	-21%

b. Participación. En porcentajes

PERIODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO		
2008	2	1.0	3	0.7	1.0	0.11	0.31	2	100
2009	2	0.3	2	1.0	1.3	0.13	0.38	3	96
2010	3	0.4	3	2.2	2.3	1.02	0.62	6	100
Ene-Mar 10	3	0.8	3	1.9	1.3	0.70	0.91	5	100
Ene-Mar 11	4	0.2	4	4.5	3.1	0.02	0.88	9	96

(1) Para detalles sobre la estimación ver Notas Metodológicas.  
 (2) Contiene las ventas al mercado interno y no las importaciones de las firmas GLASSORAMA, LOVELI, y BRUCKS. - Ver notas metodológicas para mayor detalle.  
 Fuente: CNCCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro N° 14.a**  
**Consumo Aparente de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**  
**En UNIDADES**

a. Anual

PERIODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones del ORIGEN INVESTIGADO (2)		Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS					IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	Total importaciones no investigadas		
				CHINA	CHINA							
2008	260.805	154.004	414.809	11.481.596	90.708	83.927	24.695	55.577	254.907	11.736.503	12.151.312	
2009	245.582	37.748	283.330	9.042.093	94.646	92.719	13.864	41.512	242.741	9.284.834	9.568.164	
2010	269.271	32.561	301.832	7.012.466	145.627	108.340	84.740	59.594	398.301	7.410.767	7.712.599	
Ene-Mar 10	69.779	22.497	92.276	1.640.221	25.048	10.902	14.905	17.012	67.867	1.708.088	1.800.364	
Ene-Mar 11	65.496	2.970	68.466	1.887.083	36.965	20.320	3.206	21.900	82.391	1.969.474	2.037.940	
Var. 2009 / 2008	-10%	-75%	-14%	-21%	4%	10%	-44%	-25%	-5%	-21%	-19%	
Var. 2010 / 2009	-5%	-87%	7%	15%	48%	17%	511%	44%	64%	-20%	13%	
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10			-26%		48%	86%	-78%	29%	21%			

b. Participación. En porcentajes

PERIODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones del ORIGEN INVESTIGADO (2)		Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS					IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	Total importaciones no investigadas		
				CHINA	CHINA							
2008	2	1.3	3	94	0.7	0.7	0.2	0.5	2	97	100	
2009	3	0.4	3	95	1.0	1.0	0.1	0.4	3	97	100	
2010	3	0.4	4	91	1.9	1.4	1.1	0.8	5	96	100	
Ene-Mar 10	4	1.2	5	91	1.4	0.6	0.8	0.9	4	95	100	
Ene-Mar 11	3	0.1	3	93	1.8	1.0	0.2	1.1	4	97	100	

(1) Para detalles sobre la estimación ver Notas Metodológicas.  
 (2) Contiene las ventas al mercado interno y no las importaciones de las firmas GLASSORAMA, LOVELL, y BRUCKS - Ver notas metodológicas para mayor detalle.  
 Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.





**Cuadro N° 14.c**  
**Consumo Aparente de ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**

En UNIDADES

a. Anual

PERIODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones del ORIGEN INVESTIGADO (2)			Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE	
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	CHINA			TAIWAN	HONG KONG	RESTO	Total importaciones no investigadas			
2008	124.637	73.397	198.234	3.565.711	15.681	30.166	31.542	4.381	15.681	30.166	81.770	3.647.481	3.845.715
2009	124.206	19.092	143.298	2.965.675	5.537	17.523	31.950	11.061	5.537	17.523	66.071	3.051.746	3.195.044
2010	133.088	16.094	149.182	3.020.360	5.037	32.150	48.488	5.037	39.589	32.150	125.264	3.145.624	3.294.806
Ene-Mar 10	51.114	16.479	67.593	988.159	9.900	10.568	11.878	1.676	9.900	10.568	34.022	1.022.181	1.089.774
Ene-Mar 11	45.318	2.055	47.373	1.393.187	3.110	16.860	11.388	2.984	3.110	16.860	34.442	1.427.629	1.475.002
Var. 2009 / 2008	0%	-74%	-28%	-16%	-65%	-42%	1%	152%	-65%	-42%	-19%	-16%	-17%
Var. 2010 / 2009	7%	-16%	4%	1%	-54%	83%	52%	615%	615%	83%	90%	3%	3%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-11%	-88%	-30%	41%	-76%	60%	-4%	-69%	-69%	60%	1%	40%	35%

b. Participación. En porcentajes

PERIODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones del ORIGEN INVESTIGADO (2)			Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS				IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE	
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	CHINA			ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO			Total importaciones no investigadas
2008	3	1,9	5	93	0,8	0,1	0,4	0,1	0,4	0,8	2	95	100
2009	4	0,6	4	93	1,0	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	2	96	100
2010	4	0,5	5	92	1,3	0,2	1,2	1,0	1,2	1,0	4	95	100
Ene-Mar 10	5	1,5	6	91	1,1	0,2	0,9	1,1	0,9	1,0	94	94	100
Ene-Mar 11	3	0,1	3	94	0,8	0,2	0,2	0,2	0,2	1,1	2	97	100

(1) Para detalles sobre la estimación ver Notas Metodológicas.

(2) Contiene las ventas al mercado interno y no las importaciones de las firmas GLASSORAMA, LOVELL, y BRUCKS - Ver notas metodológicas para mayor detalle.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.





**Cuadro N° 14.d**  
**Consumo Aparente de ARMAZONES**  
 En UNIDADES

a. Anual

PERÍODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones del ORIGEN INVESTIGADO (2)		Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS					IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	Total importaciones no investigadas		
2008	124.637	74.173	198.810	3.546.501		31.542	4.381	15.681	30.166	81.770	3.628.271	3.827.081
2009	124.206	19.697	143.903	2.790.376		31.950	11.061	5.537	17.523	66.071	2.856.447	3.000.350
2010	133.088	16.914	150.002	2.691.786		48.488	3.043	39.589	32.150	123.270	2.815.056	2.965.058
Ene-Mar 10	51.114	17.615	68.729	837.102		11.878	1.676	9.900	10.568	34.022	871.124	939.853
Ene-Mar 11	45.318	2.172	47.490	1.316.560		11.388	1.770	3.110	16.960	33.228	1.349.788	1.397.278
Var. 2009 / 2008	0%	-73%	-28%	-21%		1%	152%	-65%	-42%	-19%	-21%	-1%
Var. 2010 / 2009	7%	-14%	4%	-4%		52%	-72%	615%	83%	87%	-1%	-1%
Var. Ene-Mar 11 / Ene-Mar 10	-11%	-88%	-31%	57%		-4%	6%	-69%	60%	-2%	55%	49%

b. Participación. En porcentajes

PERÍODO	Ventas de producción nacional al mercado interno			Importaciones del ORIGEN INVESTIGADO (2)		Importaciones de los ORIGENES NO INVESTIGADOS					IMPORTACIONES TOTALES	CONSUMO APARENTE
	RELEVAMIENTO	RESTO DE PRODUCTORES (1)	TOTAL NACIONAL	CHINA		ITALIA	TAIWAN	HONG KONG	RESTO	Total importaciones no investigadas		
2008	3	1.9	5	93		0.8	0.1	0.4	0.8	2	95	100
2009	4	0.7	5	93		1.1	0.4	0.2	0.6	2	95	100
2010	4	0.6	5	91		1.6	0.1	1.3	1.1	4	95	100
Ene-Mar 10	5	1.9	7	89		1.3	0.2	1.1	1.1	4	100	100
Ene-Mar 11	3	0.2	3	94		0.8	0.1	0.2	1.2	2	97	100

(1) Para detalles sobre la estimación ver Notas Metodológicas.

(2) Contiene las ventas al mercado interno y no las importaciones de las firmas GLASSORAMA, LOVELI, y BRUCKS - Ver notas metodológicas para mayor detalle. Fuente: CNCCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DCA.

**Cuadro N° 15.a**

**Relación entre las importaciones investigadas<sup>1</sup> y la producción nacional de ANTEOJOS DE SOL y ARMAZONES**

En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO
	CHINA
2008	1.779
2009	1.876
2010	1.130
Ene-Mar 10	1.034
Ene-Mar 11	1.281

<sup>1</sup> También incluyen las importaciones de gafas pregraduadas.

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro N° 15.b**

**Relación entre las importaciones investigadas y la producción nacional de ANTEOJOS DE SOL**

En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO
	CHINA
2008	2.070
2009	2.418
2010	1.680
Ene-Mar 10	2.840
Ene-Mar 11	1.955

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



**Cuadro N° 15.c**

**Relación entre las importaciones investigadas<sup>1</sup> y la producción nacional de ARMAZONES**

En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO
2008	1.360
2009	1.305
2010	795
Ene-Mar 10	761
Ene-Mar 11	1.137

<sup>1</sup> También incluyen las importaciones de gafas pregraduadas.  
Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.



*Am  
G*

**Cuadro N° 15.d**

**Relación entre las importaciones investigadas y la producción nacional de ARMAZONES**

En porcentajes

PERÍODO	ORIGEN INVESTIGADO
	CHINA
2008	1.320
2009	1.166
2010	703
Ene-Mar 10	625
Ene-Mar 11	1.067

Fuente: CNCE sobre la base de información obrante en el expediente de referencia y de la DGA.





# ANEXO II

# INFORMES DE VERIFICACIÓN

*Handwritten signature or initials in blue ink.*

**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
CORRECTORAS O PREGRADUADAS<sup>1</sup>, ORIGINARIOS DE LA REPÚBLICA POPULAR**

**CHINA**

**VERIFICACION A LA EMPRESA BRUCK S S.R.L.<sup>2</sup>**

Expediente: CNCE N° 70/09, ex- SIC y PYME N° S01: 0466108/2009

**Fecha: 25 de julio de 2012.  
Informe: GI-GN/VERIF N° 30/12**

Fecha de la Verificación:	26 de marzo de 2012.
Realizada por:	Dra. Mariana Neves Rodriguez, Lic. Diego Cavallo, Sr. Sebastián Cipolla y Cont. Púb. Fernando Basta.
Recibidos por:	Dra. Samanta Madsen Santamarina.
Ubicación:	Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**Introducción.**

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. Objetivo de la verificación.
2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización y precios al mercado interno.
3. Síntesis y conclusiones.

**1. Objetivo de la verificación.**

El objetivo de la verificación fue constatar que la información brindada por la empresa BRUCK` S en su respuesta al "Cuestionario para el Importador" de la CNCE para el período enero de 2008 – marzo de 2011 y en presentaciones posteriores, estuviera respaldada por la documentación correspondiente, así como de considerarlo necesario obtener más información y solicitar más detalles relacionados con dicha información.

<sup>1</sup> En adelante, armazones y anteojos.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se consigna sólo la primera vez que se la nombra.





## **2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización y precios al mercado interno.**

### **2.1. Costos de Nacionalización.**

La verificación de la información sobre costos de nacionalización de armazones y anteojos originarios de la República Popular China, en pesos por unidad, informados por la empresa se realizó en base a los correspondientes despachos de importación, papeles de trabajo, las facturas de los proveedores de servicios y registros contables.

Con los despachos de importación, los técnicos de la CNCE, corroboraron los valores FOB y CIF informados oportunamente. Con las facturas de los proveedores de servicios, los papeles de trabajo y las registros se utilizaron para constatar los demás costos informados por la empresa. Cabe señalar que los costos, administrativos y financieros fueron asignados en función de las unidades vendidas.

De la verificación practicada no surgieron diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

### **2.2. Precios al mercado interno.**

Dicha variable no pudo ser verificada debido a que la firma no cuenta con herramientas informáticas<sup>3</sup> a los fines de poder discriminar lo solicitado oportunamente por la CNCE.

## **3. Síntesis y conclusiones.**

De la verificación practicada se concluye que la información suministrada por BRUCK' S respecto a los costos de nacionalización de armazones y anteojos se encuentra respaldada por la documentación correspondiente.

Por último, no fue posible verificar los precios al mercado de armazones y anteojos debido a que la empresa no posee un sistema informático.

<sup>3</sup> Cuenta con estadísticas con datos generales no pudiendo ser discriminadas por tipo de anteojos de sol, armazones ni identificar documentación emitida.

**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
CORRECTORAS O PREGRADUADAS<sup>1</sup>, ORIGINARIOS DE LA REPÚBLICA POPULAR**

**CHINA**

**VERIFICACION A LA EMPRESA HORZY S.A.<sup>2</sup>**

Expediente: CNCE N° 70/09, ex- SIC y PYME N° S01: 0466108/2009



**Fecha: 25 de julio de 2012.  
Informe: GI-GN/VERIF N° 31/12**

Fecha de la Verificación:	28 de febrero de 2012.
Realizada por:	Dra. Andrea Di Paolo, Lic. Emanuel Mascareño , Sr. Sebastián Cipolla y Cont. Púb. Fernando Basta.
Recibidos por:	Dra. Samanta Madsen Santamarina.
Ubicación:	Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**Introducción.**

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. Objetivo de la verificación.
2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización y precios al mercado interno.
3. Síntesis y conclusiones.

**1. Objetivo de la verificación.**

El objetivo de la verificación fue constatar que la información brindada por la empresa HORZY en su respuesta al "Cuestionario para el Importador" de la CNCE para el período enero de 2008 – marzo de 2011 y en presentaciones posteriores, estuviera respaldada por la documentación correspondiente, así como de considerarlo necesario obtener más información y solicitar más detalles relacionados con dicha información.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*

<sup>1</sup> En adelante, armazones y anteojos.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se consigna sólo la primera vez que se la nombra.



**2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización y precios al mercado interno.**

**2.1. Costos de Nacionalización.**

La verificación de la información sobre costos de nacionalización armazones y anteojos originarios de la República Popular China, en pesos por unidad, informados por la empresa se realizó en base a los correspondientes despachos de importación y las facturas de los proveedores de la mercadería y de los proveedores de servicios.

Debido a las diferencias observadas con lo informado oportunamente por la empresa (por ejemplo. tipo de cambio), los técnicos de la CNCE procedieron a recalcularlos para el período enero – marzo de 2011 en base al despacho de importación IC 04 047687 V de fecha 11 de marzo de 2011. A continuación se detallan los costos de nacionalización de los productos investigados hasta el depósito de la empresa.

Tabla N° 1  
 Costos de Nacionalización por producto - En pesos por unidad.

Despacho	IC 04 047687 V 11/03/2011			
	Armazón metal	Armazón plástico	Anteojos de sol plástico	Anteojos de sol de metal
Valor FOB	6,05	5,24	1,91	1,95
Valor CIF	6,15	5,33	1,95	1,98
Derecho, tasa de estad, costos de despacho, portuarios, etc	1,40	1,25	0,66	0,67
Valor en depósito del importador	7,55	6,58	2,61	2,65

**2.2. Precios al mercado interno.**

Respecto de esta variable, el representante de la empresa manifestó que no posee un sistema informático que permita proceder a constatar dicha información.

*Handwritten signature in blue ink.*



### 3. Síntesis y conclusiones.

Durante la verificación, los técnicos de la CNCE procedieron a recalcular los costos de nacionalización de armazones y anteojos para el período enero – marzo de 2011.

Por último, no fue posible verificar los precios al mercado de armazones y anteojos debido a que la empresa no posee un sistema informático.

*Handwritten signature and initials.*

**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
CORRECTORAS O PREGRADUADAS<sup>1</sup>, ORIGINARIOS DE LA REPÚBLICA POPULAR**

**CHINA**

**VERIFICACION A LA EMPRESA LGI S.R.L.<sup>2 3</sup>**

Expediente: CNCE N° 70/09, ex- SIC y PYME N° S01: 0466108/2009



**Fecha: 25 de julio de 2012.  
Informe: GI-GN/VERIF N°32 /12**

Fecha de la Verificación:	29 y 30 de mayo de 2012.
Realizada por:	Dra. Andrea Di Paolo, Lic. Emanuel Mascareño , Ing. Sergio Longo, Sr. Sebastián Cipolla y Cont. Púb. Fernando Basta.
Recibidos por:	Sr. Norberto Fermani.
Ubicación:	San Martín (Provincia de Buenos Aires).

**Introducción.**

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. Objetivo de la verificación.
2. Verificación de la información sobre proceso productivo, producción, capacidad de producción, ventas y precios al mercado interno, exportaciones, personal ocupado y masa salarial y costos unitarios y totales.
3. Síntesis y conclusiones.

**1. Objetivo de la verificación.**

El objetivo de la verificación fue constatar que la información brindada por la empresa LGI en su respuesta al "Cuestionario para el Productor" de la CNCE para el período enero de 2008 – marzo de 2011 y en presentaciones posteriores, estuviera respaldada por la documentación correspondiente, así como de considerarlo necesario obtener más información y solicitar más detalles relacionados con dicha información.

<sup>1</sup> En adelante, armazones y anteojos.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se consigna sólo la primera vez que se la nombra.

<sup>3</sup> El presente informe contiene información de carácter confidencial en asteriscos.



2. Verificación de la información sobre proceso productivo, producción, capacidad de producción, ventas y precios al mercado interno, exportaciones, personal ocupado y masa salarial y costos unitarios y totales.

2.1 Producción.

2.1.1 La empresa está ubicada en la Ciudad de San Martín, en el partido homónimo de la provincia de Buenos Aires, ocupando una superficie que incluye el sector productivo, depósitos y las oficinas administrativas sobre un solo terreno \*\*\* \*\*

\*\*\* \*\*

2.1.2 Las instalaciones se observan limpias y ordenadas, la distribución de los sectores productivos está racionalizada<sup>4</sup>, según pudo verificar el equipo técnico durante la visita.

2.1.3 La empresa tiene la posibilidad de producir armazones y anteojos tanto en plástico como en metal con una gran variedad de formas y terminaciones, habida cuenta de lo flexible que resulta el proceso productivo en este tipo de industria, con una variedad de modelos diferentes.

2.1.4 En particular, actualmente la empresa produce armazones de plástico mecanizados en lotes de pequeñas cantidades y no por proceso de inyección, según informara el responsable de la empresa, debido a la caída registrada en la demanda. Se pudo verificar que la empresa cuenta con equipamiento y espacio suficiente para producir tanto anteojos y armazones de plástico por mecanizado como por inyección.

<sup>4</sup> El proceso de fabricación de anteojos es relativamente simple en cuanto a la tecnología empleada en la fabricación, aunque conlleva una gran cantidad de detalles, lo que produce como consecuencia que los lotes que se están produciendo hagan frecuentes idas y vueltas a diferentes sectores por los que ya habían pasado, de acuerdo al nivel de detalle y/o complejidad del antejo o armazón que se trate, en particular a los sectores de pulido y terminado, ya que en algunos caso es necesario producir el pulimento de algunas de las partes del anteojos ( ya sea metálico o plástico).



2.1.5 Se verificó que las fases del proceso de producción, pueden seguirse según lo informado en el Cuestionario al Productor, tanto para los armazones y anteojos de plástico como para los metálicos.

2.1.6 En cuanto a la complejidad de la tecnología utilizada para la producción, en particular para la tarea de mecanizado de los armazones de plástico, el productor cuenta con una fresadora a control numérico, la que tiene la posibilidad de ser programada por medio de CAD<sup>5</sup> – CAM<sup>6</sup>, y que puede utilizarse también para el mecanizado de metales de ser requerido por algún modelo en particular.

2.1.7 Cada sector cuenta con personal especializado en la tarea que se trate. La empresa cuenta además con personal encargado del mantenimiento, tanto mecánico como eléctrico, además del personal empleado para limpieza y conservación de los sectores productivos. La cantidad de personal destinada a los trabajos involucrados, se aprecia a ojos vista como adecuada al nivel de producción que actualmente está teniendo la empresa.

2.1.8 El día de la visita la planta se encontraba activa. Sin embargo se pudo observar que no estaban funcionando varios de los tambores destinados a operaciones de rebabado, pulido y abrillantado, y la línea semiautomática de metalizado se encontraba detenida durante la verificación. Tampoco estaba funcionando la cabina presurizada de pintura ni los hornos de secado existentes en ella. Además, se pudo verificar que existen en depósito varios cabezales de soldadura desactivados aunque disponibles para funcionar inmediatamente, una batea vibradora para pulido de armazones en su embalaje similar a las dos que se encontraban funcionando en el momento de la verificación, un grupo de dos tambores rotativos para pulido y abrillantado también en su embalaje, y otros equipos auxiliares que

<sup>5</sup> Computer Aided Design, diseño asistido por computadora por sus siglas en inglés.

<sup>6</sup> CAM (Computer Aided Manufacturing) o fabricación asistida por computadora, por sus siglas en inglés.

permitirían a la empresa aumentar rápidamente su nivel de producción de ser necesario.



2.1.9 Por otra parte, el personal de la empresa informó que no existiría una única operación determinante del nivel de producción como cuello de botella, ya que cada tipo de antejo o armazón tiene su propia cadena de operaciones la que dependerá del modelo que se considere. En efecto, al ser consultado el encargado de producción sobre los tiempos insumidos en cada operación, éste informó que oportunamente habían realizado algunos contactos y trabajos de optimización de la planta, aunque no tenían aún completado el relevamiento de forma sistemática de los tiempos óptimos insumidos en cada operación para cada modelo que se fabrica<sup>7</sup>, aunque sí contaban con algunos tiempos que se habían determinado en primera aproximación oportunamente<sup>8</sup>.

2.1.10 Cabe destacar que la empresa cuenta con los medios técnicos y tecnológicos como para producir cualquier desviación de diseño para los modelos que produce. Esto se observa tanto en el equipamiento que dispone para el metalizado de los armazones metálicos, como en las máquinas a control numérico encargadas del mecanizado de los cristales a aplicar en los anteojos o en la maquinaria empleada en la producción y/o mantenimiento de la matricería de inyección, todos medios de un relativamente importante nivel de complejidad tecnológica. A continuación se da una lista provista por el productor del equipamiento de que dispone para la producción de anteojos y armazones:

<sup>7</sup> Esto implica que el valor de capacidad de producción informado en el expediente se obtuvo de una estimación basada en la experiencia personal de los responsables de la planta más que de una medición de tiempos.

<sup>8</sup> Al respecto, la empresa presentó durante la verificación algunos documentos a manera de certificación de los contactos y tareas que se habían llevado a cabo oportunamente con profesionales, \*\*\*quienes los habían asistido en la tarea de optimización de toda la estructura productiva desde varios puntos de vista \*\*\*, y particularmente en la determinación de algunos tiempos estándar primarios, aunque no óptimos.\*\*\*





- Etiquetadora de barras
- Tamponadoras (para grabar marcas) \*\*\* \*\*
- \*\*\* Curvadoras de patillas
- Precalentador para curvadora de patillas
- Salón presurizado de pintura \*\*\* \*\*
- Planta semiautomática de galvanoplastia \*\*\* \*\*
- Cortadoras de lentes, \*\*\* \*\*
- Conformadora automática de aros metálicos
- Conformadora semiautomática de aros metálicos
- Soldadoras de tacos, \*\*\* \*\*
- Soldadoras de patillas al frente, \*\*\* \*\*
- Soldadoras de barras y puentes, \*\*\* \*\*
- Soldadoras de bisagras, \*\*\* \*\*
- Máquina de soldar cápsulas, \*\*\* \*\*
- Máquina de corte en V, \*\*\* \*\*
- Curvadora para frentes de acetato, \*\*\* \*\*
- Fresadora CNC<sup>9</sup> \*\*\* \*\*
- Fresadora para prototipos
- Insertadora de patillas, (enfiladora) \*\*\* \*\*
- Embutidoras de bisagras semiautomáticas, \*\*\* \*\*
- Embutidoras de bisagras manuales, \*\*\* \*\*
- Rebajadora de patillas manual
- Refiladoras de bordes, \*\*\* \*\*
- Inyectoras de plástico, \*\*\* \*\*
- Vibradoras para pulido y abrillantado, \*\*\* \*\*
- Tambores rotativos para pulido y abrillantado, \*\*\* \*\*
- Abrillantadora automática, \*\*\* \*\*
- Conjunto de máquinas para fabricación y mantenimiento de matricería de inyección, \*\*\* \*\*

*Handwritten signature and initials in blue ink.*

<sup>9</sup> Control Numérico Computarizado.





2.2.3 Por otra parte, ya se había mencionado con anterioridad que la empresa no contaba con los tiempos estándar para la determinación de su capacidad de producción durante el período investigado.

2.2.4 Sin embargo, la empresa suministró durante la verificación algunos tiempos primarios<sup>(6)</sup> discriminados por tarea, que permitirán hacer al menos una estimación mínima pero cierta para esta variable.

2.2.5 De esos tiempos primarios se tomará para el cálculo de esta variable el tiempo insumido en la tarea considerada como la que más tiempo insume entre las descritas en el listado de tareas mencionado en el párrafo anterior que implican la fabricación de un antejo.

\*\*\* \*\*  
 \*\*\* \*\*  
 \*\*\* \*\*<sup>10</sup> \*\*\* \*\*

2.2.6 Con los parámetros de entorno descritos, se puede obtener el valor de la capacidad de producción anual en un turno como P<sub>a1</sub>, como sigue:

$$P_{a1} = \frac{D_{pm} \times M_{pa} \times H_d \times E}{T_{std}}$$

Donde T<sub>std</sub> es el tiempo estándar insumido en la tarea considerada como cuello de botella y E la eficiencia, estimada como razonable por el equipo técnico en 75%.

Reemplazando por los valores, se obtiene

$$P_{a1} = \frac{*** \text{ días/mes} \times *** \text{ meses/año} \times *** \text{ horas/(día} \times \text{ turno)} \times 0,75}{*** \text{ segundos/par}}$$

$$P_{a1} = 106.920 \text{ piezas/año} \times \text{turno}$$

Este valor corresponde a un solo turno de trabajo. Teniendo presente que la empresa podría disponer de tres turnos de trabajo sin variar su infraestructura, evaluaremos su capacidad de producción anual total, afectando ese valor de un factor 3, correspondiente a tres turnos. Así, se obtiene finalmente P<sub>a3</sub>, producción anual estándar para tres turnos, como:

<sup>10</sup> Es dable observar que en este tipo de industria, las tareas son en gran parte ejecutadas en forma manual, en puestos de trabajo flexibles. Que los puestos sean flexibles, implica la posibilidad de armar y desarmar según sea necesario una mayor cantidad de puestos para una misma operación según lo vaya considerando necesario el personal responsable de la programación de la producción a fin de cumplir con el programa impuesto. Esto significa además que ese modo de trabajo posibilita (por ejemplo, frente a un pico de demanda), agregar otros puestos adicionales, siempre que se cuente con los dispositivos necesarios para la tarea.

$$P_{a3} = 106.920 \text{ piezas}^{11}/(\text{año} \times \text{turno}) \times 3 \text{ turnos}$$

$$P_{a3} = 320.760 \text{ piezas/año}$$



Entendiendo que ese valor ya está afectado de todos los tiempos muertos de producción y es el que será tomado como valor de capacidad de producción del productor verificado. Este valor sería posible superarlo razonablemente, hasta alcanzar el valor indicado por el productor, si se considera que para el cálculo de  $P_{a3}$  no se consideraron los armazones de plástico los que requieren, en parte, equipamiento diferente del necesario para producir los armazones metálicos<sup>12</sup>. Ni la amplia disponibilidad de equipamiento observada durante la verificación.

### 2.3 Ventas y precios al mercado interno.

Durante la verificación no fueron suministrados los elementos totales para proceder a constatar dichas variables.

### 2.4 Exportaciones.

La verificación de las exportaciones de armazones y anteojos, para el período enero de 2008 – marzo de 2011, se realizó en base a los papeles de trabajo y a las facturas tipo E emitidas los meses de octubre de 2009, julio y noviembre de 2010, no surgiendo diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

### 2.5 Personal ocupado y masa salarial.

La verificación del personal ocupado y la masa salarial del área de producción de armazones y anteojos se realizó en base a una muestra de las declaraciones juradas presentadas al Sistema de Previsión Social, listados auxiliares de personal y los papeles de trabajo utilizados por la firma.

De la verificación practicada no surgieron diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

### 2.6 Costos Unitarios y Totales.

<sup>11</sup> Por piezas se deberá entender indistintamente un armazón o un antejo.

<sup>12</sup> El equipamiento que se comparte en general es que el que tiene que ver con las fases de pulido/abrillantado, pintura, ornamentación y terminación, aunque no sería el único dependiendo del tipo de armazón de plástico (o mixto) que se considere.

La verificación de las estructuras de costos de armazones y anteojos se realizó en base a los papeles de trabajo, los despachos de importación y a las facturas de compras de insumos nacionales.

Con los soportes descriptos precedentemente, los técnicos de la CNCE pudieron corroborar los consumos y las valorizaciones de los insumos nacionales e importados.



Durante la verificación no fueron suministrados los elementos totales para proceder a constatar los demás componentes del costo unitario y los costos totales.

Por último, en el momento de la verificación la firma hizo entrega de las estructuras de costos solicitadas oportunamente, en las que se verificaron los insumos nacionales e importados mediante soportes documentales similares.

### **3. Síntesis y conclusiones**

De la verificación practicada se concluye que la información suministrada por LGI respecto a las exportaciones, personal ocupado y masa salarial y a los insumos nacionales e importados de armazones y anteojos informados en los costos unitarios se encuentra respaldada por la documentación correspondiente.

No fue posible verificar la variable Producción puesto que la empresa no contaba con los respaldos documentales para hacerlo, y la Capacidad de Producción fue recalculada obteniéndose un valor razonablemente próximo al estimado por el productor mientras que el proceso productivo pudo ser verificado.

Por último, no fue posible constatar las ventas y precios al mercado interno y los demás componentes de los costos unitarios y los costos totales ya que la firma no contaba con la totalidad de los soportes documentales.

*Handwritten signatures in blue ink.*



**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
CORRECTORAS O PREGRADUADAS<sup>1</sup>, ORIGINARIOS DE LA REPÚBLICA POPULAR  
CHINA**

**VERIFICACION A ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI<sup>2</sup>**

Expediente: CNCE N° 70/09, ex-SIC y PYME N° S01: 0466108/2009

**Fecha: 25 de julio de 2012.  
Informe: GI-GN/VERIF N° 33 /12**

Fecha de la Verificación:	12 de marzo de 2012.
Realizada por:	Dra. Andrea Di Paolo, Lic. Emmanuel Mascareño , Sr. Sebastián Cipolla y Cont. Púb. Fernando Basta.
Recibidos por:	Dra. Samanta Madsen Santamarina.
Ubicación:	Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**Introducción.**

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. Objetivo de la verificación.
2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización y ventas y precios al mercado interno.
3. Síntesis y conclusiones.

**1. Objetivo de la verificación.**

El objetivo de la verificación fue constatar que la información brindada por WARSZAWSKI en su respuesta al "Cuestionario para el Importador" de la CNCE para el período enero de 2008 – marzo de 2011 y en presentaciones posteriores, estuviera respaldada por la documentación correspondiente, así como de considerarlo necesario obtener más información y solicitar más detalles relacionados con dicha información.

<sup>1</sup> En adelante, armazones y anteojos.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se consigna sólo la primera vez que se la nombra.



**2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización y ventas y precios al mercado interno.**

**2.1. Costos de Nacionalización.**

Debido a la cantidad de modelos de armazones y anteojos de sol, a la variabilidad de los precios y al no contar la firma con la totalidad de la documentación utilizada para el cálculo de los costos de nacionalización solicitados, los técnicos de la CNCE utilizando documentación disponible (despachos de importación y facturas de proveedores de mercadería y de servicios) procedieron a recalcular los costos de nacionalización en base a un par de despachos de importación representativos para 2010 y para enero – marzo 2011.

A continuación se detallan los costos de nacionalización de los productos investigados hasta el depósito de la empresa.

Tabla N° 1  
 Costos de Nacionalización por producto - En pesos por unidad.

Año	2010	2010	2011	2011	2011
Despacho	IC04 179634 S	IC04 191953 Z	IC04 24088 L	IC04 24088 L	IC04 40447 X
Producto	Anteojos de sol de metal sin flex	Armazón de metal con flex	Anteojos de sol de metal con flex	Anteojos de sol de metal sin flex	Armazón de plástico sin flex
Valor FOB	3,56	5,94	10,05	6,47	3,02
Valor CIF	3,80	6,03	10,18	6,60	3,10
Derecho de importación	0,76	1,09	2,04	1,32	0,56
Tasa de Estadística	0,02	0,03	0,05	0,03	0,02
Gastos portuarios, de despacho, etc.	0,12	0,10	0,13	0,13	0,09
Valor en depósito del importador	4,65	7,12	12,40	8,08	3,77

**2.2. Ventas y precios al mercado interno.**

Respecto de esta variable, el representante de la empresa manifestó que no posee un sistema informático que permita proceder a constatar dicha información.



### 3. Síntesis y conclusiones.

Durante la verificación, los técnicos de la CNCE procedieron a recalcular los costos de nacionalización de algunos armazones y anteojos para el período 2010 - enero – marzo de 2011.

Por último, no fue posible verificar las ventas ni los precios al mercado de armazones y anteojos debido a que la empresa no posee un sistema informático.

*aud*  
*5*





**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
CORRECTORAS O PREGRADUADAS<sup>1</sup>, ORIGINARIOS DE LA REPÚBLICA POPULAR  
CHINA**

**VERIFICACION A LA EMPRESA MANIK.COM S.A.<sup>2</sup>**

Expediente: CNCE N° 70/09, ex- SIC y PYME N° S01: 0466108/2009

**Fecha: 25 de julio de 2012.  
Informe: GI-GN/VERIF N° 34/12**

Fecha de la Verificación:	22 de marzo de 2012.
Realizada por:	Dra. Mariana Neves Rodriguez, Lic. Diego Cavallo, Sr. Sebastián Cipolla y Cont. Púb. Fernando Basta.
Recibidos por:	Dra. Samanta Madsen Santamarina.
Ubicación:	Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**Introducción.**

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. Objetivo de la verificación.
2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización, existencias y precios al mercado interno.
3. Síntesis y conclusiones.

**1. Objetivo de la verificación.**

El objetivo de la verificación fue constatar que la información brindada por la empresa MANIK en su respuesta al "Cuestionario para el Importador" de la CNCE para el período enero de 2008 – marzo de 2011 y en presentaciones posteriores, estuviera respaldada por la documentación correspondiente, así como de considerarlo necesario obtener más información y solicitar más detalles relacionados con dicha información.

<sup>1</sup> En adelante, armazones y anteojos.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se consigna sólo la primera vez que se la nombra.



## **2. Verificación de la información sobre costos de nacionalización, existencias y precios al mercado interno.**

### **2.1. Costos de Nacionalización.**

La verificación de la información sobre costos de nacionalización de armazones y anteojos originarios de la República Popular China, en pesos por unidad, informados por la empresa se realizó en base a los correspondientes despachos de importación, papeles de trabajo, las facturas de los proveedores de la mercadería y de los proveedores de servicios y registros contables.

Con los despachos de importación y las facturas de los proveedores de la mercadería, los técnicos de la CNCE, corroboraron los valores FOB y CIF informados oportunamente. Con las facturas de los proveedores de servicios, los papeles de trabajo y las registros se utilizaron para constatar los demás costos informados por la empresa. Cabe señalar que los costos, administrativos y financieros fueron asignados en función de las unidades totales vendidas (producto analizado y otros).

De la verificación practicada surgieron diferencias de escasa significatividad con lo informado oportunamente.

### **2.2. Existencias.**

Dicha variable no fue posible constatar debido a que la empresa cierra ejercicio económico el 31 de marzo de cada año y no cuenta con datos sobre ventas y existencias correspondientes a 2008.

### **2.3. Precios al mercado interno.**

La verificación de los precios al mercado interno de armazones y anteojos (anteojos de sol de plástico inyectado, anteojos de sol de metal, armazones de plástico inyectado, armazones de metal y gafas pregraduadas) para el período 2009 – marzo de 2011, se realizó en base a los listados analíticos de ventas y a la documentación emitida por la empresa (facturas, notas de crédito y notas de débito).

En primer lugar se confrontaron los volúmenes y valores informados oportunamente por la empresa con los listados analíticos de ventas, no surgiendo diferencias. Con posterioridad dicho soporte documental fue confrontado contra la



documentación emitida los meses de junio y agosto de 2009, junio de 2010 y marzo de 2011.

De la verificación practicada no surgieron diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

### **3. Síntesis y conclusiones.**

De la verificación practicada se concluye que la información suministrada por MANIK, respecto a los costos de nacionalización y precios al mercado interno de armazones y anteojos, se encuentra respaldada por la documentación correspondiente.

Por último, no fue posible verificar las existencias.

*Handwritten signature or initials in blue ink.*

**ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES PARA ANTEOJOS Y GAFAS (ANTEOJOS)  
CORRECTORAS O PREGRADUADAS<sup>1</sup>, ORIGINARIOS DE LA REPÚBLICA POPULAR  
CHINA**



**VERIFICACION A LA EMPRESA RANIERI ARGENTINA S.A.** <sup>2</sup> / <sup>3</sup>

Expediente: CNCE N° 70/09, ex- SIC y PYME N° S01: 0466108/2009

**Fecha: 25 de julio de 2012.  
Informe: GI-GN/VERIF N°35/12**

Fecha de la Verificación:	9 de marzo y 29 de mayo de 2012.
Realizada por:	Dra. Andrea Di Paolo, Lic. Emanuel Mascareño , Ing. Sergio Longo, Sr. Sebastián Cipolla y Cont. Púb. Fernando Basta.
Recibidos por:	Sra. Tamara Ranieri.
Ubicación:	San Martín (Provincia de Buenos Aires).

**Introducción.**

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. Objetivo de la verificación.
2. Verificación de la información sobre proceso productivo, capacidad de producción, producción, ventas y precios al mercado interno, exportaciones, importaciones, personal ocupado y masa salarial y costos unitarios y totales.
3. Síntesis y conclusiones.

**1. Objetivo de la verificación.**

El objetivo de la verificación fue constatar que la información brindada por la empresa RANIERI en su respuesta al "Cuestionario para el Productor" de la CNCE para el período enero de 2008 – marzo de 2011 y en presentaciones posteriores, estuviera respaldada por la documentación correspondiente, así como de considerarlo necesario obtener más información y solicitar más detalles relacionados con dicha información.

<sup>1</sup> En adelante, armazones y anteojos.

<sup>2</sup> En este informe, la denominación completa de cada entidad se consigna sólo la primera vez que se la nombra.

<sup>3</sup> La presente sección contiene en asteriscos información de carácter confidencial.



**2. Verificación de la información sobre proceso productivo, producción, capacidad de producción, ventas y precios al mercado interno, exportaciones, importaciones, personal ocupado y masa salarial y costos unitarios y totales.**

2.1 Producción.

2.1.1 La empresa está ubicada en la Ciudad de San Martín, en el partido homónimo de la provincia de Buenos Aires, ocupando una superficie que incluye el sector productivo, depósitos y las oficinas administrativas sobre un solo terreno \*\*\* \*\*

\*\*\* \*\*

2.1.2 Las instalaciones se observan limpias y ordenadas, la distribución de los sectores productivos está racionalizada<sup>4</sup>, según pudo verificar el equipo técnico durante la visita.

2.1.3 La empresa produce armazones y anteojos en dos materiales: plástico y metálico, con una variedad que incluye más de 5.000 modelos diferentes.

2.1.4 Se verificó que las fases del proceso de producción, pueden seguirse según lo informado en el Cuestionario al Productor, tanto para los armazones y anteojos de plástico como para los metálicos.

2.1.5 Cada sector cuenta con personal especializado en la tarea que se trate. La empresa cuenta además con personal encargado del mantenimiento, tanto mecánico como eléctrico, además del personal empleado para limpieza y conservación de los sectores productivos. La cantidad de personal destinada a los trabajos involucrados, se aprecia a ojos vista como adecuada a las tareas a desarrollar en esas áreas.

<sup>4</sup> El proceso de fabricación de anteojos es relativamente simple en cuanto a la tecnología empleada en la fabricación, aunque conlleva una gran cantidad de detalles, lo que produce como consecuencia que los lotes que se están produciendo hagan frecuentes idas y vueltas a diferentes sectores por los que ya habían pasado, de acuerdo al nivel de detalle y/o complejidad del antejo o armazón que se trate. Más adelante se hace una descripción del proceso de producción de modo general a fin de ilustrar este tópico.

*Aut*  
*G*



2.1.6 El día de la visita la planta se encontraba activa funcionando, según se pudo apreciar a la vista, a buen ritmo en todos sus sectores. Sin embargo se pudo observar que no estaban funcionando varios de los tambores destinados a operaciones de rebabado, y la línea de metalizado se encontraba detenida durante la verificación.

2.1.7 El personal de la empresa informó que no existiría una única operación determinante del nivel de producción como cuello de botella, ya que cada tipo de antejo o armazón tiene su propia cadena de operaciones la que dependerá del modelo que se considere. En efecto, al ser consultado el jefe de planta sobre los tiempos insumidos en cada operación, éste informó que no tenían aún relevados de forma sistemática los tiempos insumidos en cada puesto para cada modelo que se fabrica<sup>5</sup>.

2.1.8 Cabe destacar que la empresa cuenta con los medios técnicos y tecnológicos como para producir cualquier desviación de diseño para los modelos que produce. Esto se observa tanto en el equipamiento que dispone la empresa para el metalizado de los armazones metálicos, como en las máquinas a control numérico encargadas del mecanizado de los vidrios a aplicar en los antejos o en la maquinaria empleada en la producción y/o mantenimiento de la matricería de inyección, todos medios de un relativamente importante nivel de complejidad tecnológica. Es importante además mencionar a este respecto que la empresa dispone de una oficina técnica de considerables dimensiones en la que desempeña sus funciones personal especializado en diseño por computadora mediante sistemas CAD-CAM<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Esto implica que el valor de capacidad de producción informado en el expediente se haya basado en una estimación basada en la experiencia personal de los responsables de la planta más que de una medición de tiempos. Por lo tanto, el equipo técnico producirá oportunamente el cálculo de capacidad de producción basado en los niveles de producción informados oportunamente por el productor en el Cuadro N° 3 del Cuestionario al Productor enviado por la CNCE.

<sup>6</sup> Este tipo de sistemas permite por un lado diseñar los armazones mediante módulos digitales CAD (Computer Aided Design, o diseño asistido por computadora por su denominación del inglés), y luego mecanizar la matricería mediante un módulo CAM (Computer Aided Manufacturing, o manufactura asistida por computadora por su denominación del inglés) y además producir la impresión tridimensional de los modelos que se tratan en una impresora especial que fabrica un modelo a manera de prototipo de la o las piezas que componen el marco que se esté diseñando.



2.1.9 Por otra parte, se informó al equipo técnico que la Programación de la Producción se efectúa en función de la reposición de stocks y en base a los pedidos mensuales.

2.1.10 Respecto de la capacidad de almacenaje de material en proceso y de material terminado, se observó que la planta cuenta con espacio necesario y suficiente para cubrir las necesidades que a este respecto requiere para el actual nivel de producción observado.

2.1.11 Respecto de la producción informada, se pudo verificar esta variable constatando los valores que obran en el Cuadro N° 3 del Cuestionario del Productor de la CNCE con los registros digitales de las planillas de producción, algunas de las cuales fueron entregadas al equipo técnico como papeles de trabajo.

Esas planillas, son completadas en forma manual por personal responsable el que a su vez luego de chequear los valores allí mostrados las envía a la oficina técnica en donde se procede a su registro en una base de datos confeccionada en Access, con lo que se obtiene una planilla de ingreso de material a depósito. Los registros escritos se descartan luego de un tiempo prudencial que no guarda ninguna relación periódica entre uno y otro descarte. Como ya se mencionara, esa base de datos fue la consultada para la verificación de la producción.

## 2.2 Capacidad de producción.

### 2.2.1 Parámetros de entorno.-

Los parámetros a tener en cuenta en la estimación de la capacidad de producción, serán los siguientes:

Días laborables por mes  $D_{pm} = \text{*** días}$

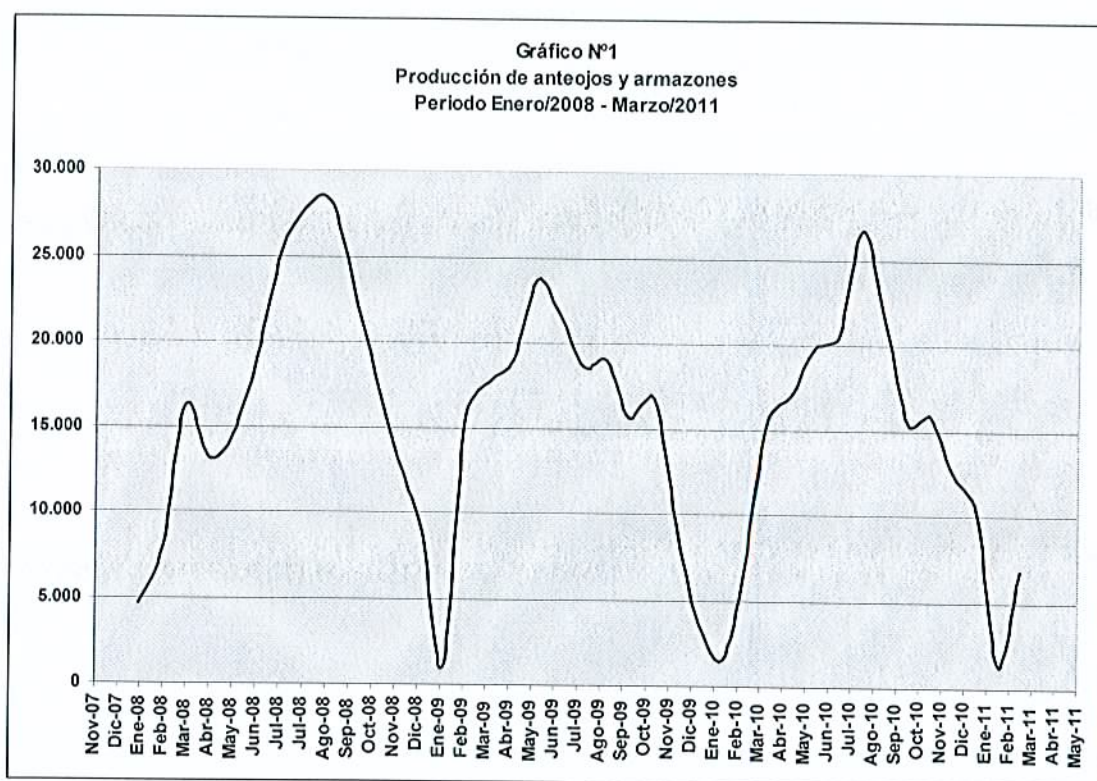
Meses por año  $M_{pa} = \text{*** meses}$  (año estándar \*\*\* días de un solo turno diario)



Horas por día  $H_d =$  \*\*\* horas

2.2.2 Ya se había mencionado con anterioridad que la empresa no contaba con los tiempos estándar para la determinación de su capacidad de producción durante el periodo investigado.

Observando los datos presentados en el Cuadro N° 3 del Cuestionario del Productor, se puede comprobar que la producción es muy estacional, con picos máximos a mediados de año, y picos mínimos durante el periodo estival, según muestra el gráfico siguiente:



2.2.3 Para determinar el valor de producción máximo que podría alcanzar la empresa, se procederá a tomar el valor de producción diaria del promedio de los tres meses en los que se produjeron los máximos locales de producción, asumiendo que se produciría a ese nivel de forma constante durante todo el año, y admitiendo en el análisis que toda la producción podría ser absorbida por el mercado consumidor.

2.2.4 Así, los niveles de las producciones máximas para cada año serían:





Mes	Producción máxima (en unidades)
Septiembre 2008	28.300
Junio 2009	23.717
Agosto 2010	26.679
Promedio	26.232

2.2.5 Si se considera el promedio de los valores máximos, y se lo divide por un mes estándar de trabajo (\*\*\*) días) obtendremos la producción diaria estándar  $P_{de}$ :

$$P_{de} = \text{***} \cdot \text{***}, \text{***} \text{ piezas/día}$$

2.2.6 Si ahora se multiplica ese valor por un año estándar (\*\*\*) días) de un solo turno de trabajo, se obtendría la capacidad de producción anual en un turno como  $P_{a1}$ :

$$P_{a1} = P_{de} \times D_{pm} \times M_{pa} = \text{***} \cdot \text{***}, \text{***} \text{ piezas/día} \times \text{***} \text{ días/mes} \times \text{***} \text{ meses/año}$$

$$\underline{P_{a1} = 314.783 \text{ piezas/año} \times \text{turno}}$$

Este valor corresponde a un solo turno de trabajo. Teniendo presente que la empresa podría disponer de tres turnos de trabajo sin variar su infraestructura, se evaluará su capacidad de producción anual total, afectando ese valor de un factor 3, correspondiente a tres turnos y de un valor 0,8 correspondiente a un rendimiento medio estándar del 80% estimado como razonable, habida cuenta de que si bien se han tomado valores máximos de producciones reales en tres meses dentro del periodo investigado (lo que tendría incluidos ciertos tiempos muertos) también es cierto que esos valores serían óptimos y difíciles de conseguir a un ritmo estable, entendiéndose que al incrementarse la producción también se verían incrementados los tiempos muertos por otros tiempos muertos adicionales debidos a la mayor escala de producción. Así, se obtiene finalmente  $P_{a3}$ , producción anual estándar para tres turnos, como:

$$\underline{P_{a3} = 314.783 \text{ piezas/año} \times \text{turno} \times 3 \text{ turnos} \times 0,8}$$

$$\underline{P_{a3} = 755.480 \text{ piezas/año}}$$

Entendiendo que ese valor ya está afectado de todos los tiempos muertos de producción.

*Amf*



Ahora bien, los máximos en los que se basó este cálculo, han sido determinados para el periodo investigado en el cual no se estaba utilizando toda la estructura productiva de la empresa a pleno ni de modo tal de optimizar los tiempos insumidos en la estructura productiva, y se considera que éste valor sería mínimo, máxime si se tiene presente que el valor promedio de 26.232 anteojos por mes podría ser fácilmente superado en base a la estructura productiva observada y teniendo además presente que el cálculo se ha efectuado tomando un año estándar de 264 días en lugar de los 365 en los que podría producir de hacerlo de modo continuo y optimizado, como es posible hacer en una empresa que se encuentra trabajando a su plena capacidad y de modo constante y permanente.

Lo antedicho, implicaría que la capacidad máxima informada por la empresa podría entonces ser alcanzada con razonable facilidad y dentro de los supuestos enunciados.

### 2.3 Ventas y precios al mercado interno.

La verificación de la información sobre ventas<sup>7</sup> totales y precios al mercado interno de los productos representativos de armazones y anteojos informados por la empresa, para el período enero de 2008 – marzo de 2011, se realizó basándose en los listados analíticos de ventas, las registraciones contables y la documentación emitida por la empresa (facturas, notas de crédito y notas de débito).

Las unidades y los valores mensuales incluidos en estos listados fueron confrontados con los datos suministrados oportunamente por la firma, y validados con las registraciones contables y con una muestra de la documentación correspondiente emitida por la empresa (facturas, notas de crédito, etc.), los meses de septiembre de 2009, noviembre de 2010 y marzo de 2011.

Del análisis de los soportes documentales surgió que en dichas variables se habían incluido las ventas de armazones y anteojos importados como productos semiterminados.

De la verificación practicada no surgieron diferencias respecto a lo informado oportunamente por la firma.

<sup>7</sup> De productos de fabricación propia (que incluye ventas de productos terminados a partir de semiterminados importados) y productos importados terminados.

*aut*  
*6*



#### 2.4 Exportaciones.

La verificación de las exportaciones de armazones y anteojos, para el período enero de 2008 – marzo de 2011, se realizó en base a los listados analíticos de ventas, Subdiario de IVA Ventas y a las facturas tipo E emitidas los meses de julio y noviembre de 2008 y enero de 2011, no surgiendo diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

#### 2.5 Importaciones.

La verificación de las importaciones de armazones semiterminados, de anteojos de sol semiterminados, de armazones y de anteojos de sol originarias de China se realizó en base a los despachos de importación y a las facturas de los proveedores, no surgiendo diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

Por último, también indicó que la destinación del armazón semiterminados puede ser tanto para anteojos de sol como para armazones.

#### 2.6 Personal ocupado y masa salarial.

La verificación del personal ocupado y la masa salarial del área de producción para el período enero de 2008 – marzo de 2011, se realizó sobre la base a listados auxiliares de personal, declaraciones juradas presentadas al Sistema de Previsión Social y las registraciones contables.

Del análisis de los soportes descriptos surgió que a) la masa salarial informada contenía el sueldo anual complementario y b) error de exposición en los períodos enero – marzo de 2010 y de 2011 en el personal ocupado y la masa salarial entre armazones y anteojos de sol (los datos se informaron invertidos).

De la verificación practicada no surgieron diferencias con lo informado oportunamente por la empresa.

#### 2.7 Costos Unitarios y Totales.

Respecto de esta variable, el representante de la empresa manifestó que no cuenta con la totalidad de los soportes documentales para proceder a su verificación.

A handwritten signature in blue ink, located in the bottom left corner of the page.

Por último, en relación a las estructuras de costos actualizadas, las mismas no las poseían en el momento de la verificación, comprometiéndose a presentarlas en el término de 5 días hábiles. Cabe señalar que el 23 de marzo la firma hizo entrega de las estructuras de costos actualizadas de los productos representativos a 2011 según lo solicitado oportunamente por esta CNCE.



### **3. Síntesis y conclusiones.**

De la verificación practicada se concluye que la información suministrada por RANIERI respecto a las ventas y precios al mercado interno, las exportaciones, las importaciones, el personal ocupado y la masa salarial de armazones y anteojos se encuentra respaldada por la documentación correspondiente.

Tanto el proceso productivo como la producción pudieron ser verificadas mientras que la Capacidad de Producción fue recalculada.

Por último, no fue posible constatar los costos unitarios y totales ya que la firma no contaba con la totalidad de los soportes documentales.

*Amf*  
*6*



## ANEXO III

# ACTUACIONES RELATIVAS AL OFRECIMIENTO DE PRUEBA

*ans*  
*6*



### A.III.1. Consideraciones generales.

A fin de que los interesados puedan presentar sus pruebas, la comisión efectuó las notificaciones a las partes de las determinaciones y decisiones adoptadas mediante Acta de Directorio N° 1681 de fecha 12 de diciembre de 2011, conforme lo establecido en el artículo 24 del Decreto Reglamentario N° 1393/08.

Asimismo, de acuerdo a lo establecido en el artículo 18 del citado Decreto Reglamentario:

*"Los interesados podrán ofrecer pruebas hasta un plazo máximo de DIEZ (10) días hábiles contados a partir de la notificación de las determinaciones efectuadas de conformidad con lo establecido por los Artículos 21, 22 ó 23 del presente decreto, según corresponda".*

*"La Subsecretaría y la Comisión, en el ámbito de sus respectivas competencias, analizarán las pruebas ofrecidas por las partes y, dentro de los DIEZ (10) días hábiles contados a partir del vencimiento del plazo establecido en el párrafo anterior notificarán a las partes interesadas las pruebas que serán consideradas, debiendo fundamentar la decisión adoptada".*

*"Las partes interesadas podrán producir la prueba admitida por la Subsecretaría y/o la Comisión con relación a la investigación hasta OCHENTA (80) días previos a la determinación final de dumping o subvención de la Subsecretaría y a la determinación final de daño y causalidad de la Comisión".*

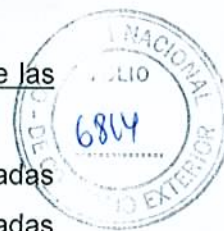
*"Declarada la clausura del período probatorio, previo al arribo de una determinación definitiva, la Subsecretaría y la Comisión informarán sobre los hechos esenciales considerados que sirvan de base para la decisión de aplicar o no medidas definitivas, los que serán puestos a disposición de las partes interesadas por un plazo de DIEZ (10) días hábiles a fin de que puedan efectuar sus alegatos. Las presentaciones realizadas con posterioridad no serán tenidas en cuenta".*

*"Transcurrido el plazo para la presentación de los alegatos, concluirá la instrucción del procedimiento".*

En el presente Anexo se sintetizan los antecedentes y actuaciones relacionados con el ofrecimiento y producción de prueba. Asimismo, en la Tabla N° A.III.1, se resumen las actuaciones referidas al ofrecimiento de prueba, las respectivas decisiones de esta CNCE, y un detalle del resultado en función de lo actuado por las partes.

*ans*  
*g*

A.III.2 Antecedentes y actuaciones relacionadas con el ofrecimiento de prueba de las firmas importadoras, agrupadas bajo una única representación.



El 15 de diciembre de 2011, esta CNCE le comunicó a las partes acreditadas en las presentes actuaciones, la fecha<sup>1</sup> límite fijada para que las partes interesadas ofrezcan pruebas (fs. 5361/418 y 5425/56).

El 28 de diciembre de 2011, se recibió el ofrecimiento de prueba efectuado por las firmas importadoras LOVELI S.A., GLASSORAMA S.R.L., ARITAM S.R.L., BRUCK'S S.A., ALFREDO ESTEBAN WARSZAWSKI, MANIK.COM S.A., HORZY S.R.L. y MONICA MARGARITA SOVANO y por las firmas exportadoras WHENZOU GUQUAN TRADING CO. LTD. y ZHEJIANG KANGCHEN INDUSTRY CO.<sup>2</sup> (fs. 5491/531). Para mayor detalle, ver tabla adjunta en el presente anexo.

El 19 de enero de 2011, se procedió a notificar<sup>3</sup> a las firmas importadoras mencionadas en el párrafo precedente la decisión adoptada por esta Comisión con relación a su ofrecimiento de prueba (fs. 5532/38).

El 31 de enero de 2012, la emisora C5N informó que el material requerido por las empresas importadoras, dado el tiempo transcurrido no se encontraba disponible (fs.5540). Con fecha 1º de febrero de 2012, las firmas importadoras presentaron un escrito acreditando el diligenciamiento del presente oficio a C5N (fs. 5552/3).

<sup>1</sup> Conforme lo establece el primer párrafo del Art. 18 del Decreto Reglamentario N° 1393/08.

<sup>2</sup> En adelante las firmas importadoras.

<sup>3</sup> Conforme lo establece el segundo párrafo del Art. 18 del Decreto Reglamentario N° 1393/08.

Tabla N° A.III.1 Ofrecimiento de prueba de las firmas importadoras.

PRUEBA OFRECIDA	DECISIÓN DE LA CNCE	RESULTADO
<p><b>DOCUMENTAL:</b></p> <p>1) "Respuestas a los cuestionarios enviados por esa Comisión a muestras representadas"</p> <p>2) "Factura del mercado interno brasileño N° 315, emitida el 12 de agosto de 2011 por Zoinho's Presentes DT, un comercio minorista de la Ciudad de San Pablo, Brasil, que fue acompañada al expediente de la DCD mediante actuación S01:0385767/11, juntamente con los productos adquiridos en dicha compra, y que fue enviada por esa Dirección y agregada a las presentes actuaciones. Asimismo, solicitamos se tenga especial consideración respecto de lo manifestado al adjuntar dicha prueba, y se solicite la remisión de las muestras acompañadas, que obran en poder de la DCD"</p> <p>3) "Facturas del mercado interno chino por productos similares a los que importan o producen muestras representadas, también acompañadas mediante actuación S01:0385767/11 al expediente de la DCD, que fue enviada por esa Dirección y agregada a las presentes actuaciones"</p> <p>4) "Estadísticas de importaciones de los productos investigados y listado de posiciones arancelarias vinculadas a las firmas integrantes de CADIOA, extraídas del sitio Web de la empresa Tarifar acompañadas al escrito de ofrecimiento de prueba presentado en la DCD, el cual fue remitido por esa Dirección y agregado a las presentes actuaciones"</p> <p>5) "Escrito de ofrecimiento de prueba presentado en la DCD, el cual fue remitido por esa Dirección y agregado a las presentes actuaciones, cuyos términos deben tenerse por reproducidos en el presente"</p> <p>6) "Copia de las notas presentadas por la Cámara de Importadores de la Republica Argentina, denunciando el creciente contrabando de anteojos en nuestro país, que fueron agregadas a estas actuaciones y remitidas por la DCD junto al ofrecimiento de prueba"</p>	<p>A este respecto (puntos 1 a 6) se señala que la documentación a la que se hace referencia se encuentra agregada a las presentes actuaciones.</p> <p>Particularmente, respecto de las muestras que fueron entregadas a la DCD – consignadas en el Punto 1-, se informa que el 18 de enero de 2012 mediante Nota CNCE/GIGN N° 42/2012, fueron requeridas a dicha Dirección. Las mismas fueron remitidas por la SCEX el 3 de febrero de 2012 (fs. 5554/6).</p>	<p>Punto 1) fs. 5491 vta, 2614/741, 3103/83, 2900/76, 2742/830, 3184/282, 2441/535, 2831/99 y 2536/613. Punto 2) fs. 5491 vta, 4993/6 y 5003/6. Punto 3) fs. 5491 vta., 997/5002y 5007/12. Punto 4) fs. 5491 vta. Punto 5) fs. 5491 vta. y 5035/57. Punto 6) fs. 5491 vta. y 5058/73.</p> <p>La documentación agregada reviste carácter de prueba documental en los términos del Artículo 18 del Decreto N° 1393/08 y concordantes del Decreto N° 1759/72.</p>
<p><b>PERICIAL TECNICA</b></p> <p>"Se han enviado al INTI muestras de anteojos importados y de anteojos nacionales, a fin de que analice la composición de los mismos, a efectos de demostrar que se trata de productos sustancialmente distintos, conforme fuera manifestado a lo largo del expediente por muestras representadas. Se adjunta al presente el original de la pericia y las muestras analizadas. Asimismo, se aclara que una copia de la misma ha sido presentada ante la DCD, atento haber ofrecido idéntica prueba en ese ámbito".</p>	<p>A este respecto, se señala que tanto el informe realizado por el INTI como las muestras mencionadas, han sido agregadas a las presentes actuaciones.</p>	<p>A fs. 5521/4 y revisten carácter de prueba documental en los términos del Artículo 18 del Decreto N° 1393/08 y concordantes del Decreto N° 1759/72. El análisis efectuado por el</p>





<p><b>PERICIAL CONTABLE:</b> Solicitaron se designe perito contador único de oficio a efectos de que se expida sobre los siguientes puntos de la pericia:</p> <p>A) "Volumen de ventas de las firmas integrantes de CADIOA de acuerdo a los libros de IVA ventas".</p> <p>B) "Volumen de importaciones de partes de anteojos y de armazones y de anteojos de sol, de acuerdo a los libros contables de tales empresas".</p> <p>C) "Cantidad de empleados en relación de dependencia, y sueldos promedio de los empleados que trabajan en las plantas fabriles".</p> <p>D) "Ubicación de las plantas fabriles".</p>	<p>Respecto de lo indicado en los puntos A), C) y D), dicha información será considerada y objeto de verificación en aquellas empresas productoras que efectivamente sean verificadas por parte del equipo técnico. En cuanto al punto B), esta CNCE verificará las importaciones correspondientes al producto objeto de investigación.</p>	<p>equipo técnico se presenta en la Sección IV- Producto Similar- del presente informe.</p> <p>Las variables volumen de ventas, volumen de importaciones; cantidad de empleados y sueldos y ubicación de plantas fabriles, fueron objeto de verificación en aquellas empresas que efectivamente<sup>4</sup> fueron verificadas por parte del equipo técnico de esta CNCE con metodología propia. Para mayor detalle acerca de los resultados de las verificaciones practicadas ver Anexo II del presente Informe.</p>
<p><b>PERICIAL MECÁNICA:</b></p> <p>1) "Solicitamos se designe perito ingeniero único de oficio a efectos de que concurra a las fábricas de cada una de las firmas integrantes de CADIOA (que han sido denunciadas por dicha Cámara a fs. 7, del expediente de la DCD, presentación que obra agregada en autos, y, en base al examen de las maquinarias allí instaladas y de la cantidad de empleados presentes, informe la capacidad instalada de producción anual de cada planta. Asimismo, informe el volumen de producción diaria de cada planta. Por último, deberá informar si las plantas fabriles se dedican a la producción integral de los anteojos o al ensamblado de partes y piezas que no son fabricadas por el titular de la planta, cantidad de modelos que pueden producirse y si las plantas se encuentran equipadas para fabricar anteojos y armazones de policarbonato".</p> <p>2) "Solicitamos se designe perito ingeniero único de oficio a efectos de que concurra (acompañado por un representante de esa Dirección, un representante de los importadores presentados en esta investigación y un representante de los exportadores que han acreditado personería en el expediente) a las fábricas de cada una de las firmas integrantes de CADIOA (que han sido denunciadas por dicha Cámara a fs. 1 folio 7 de autos), y, en base al examen de las maquinarias allí instaladas y de la cantidad de empleados presentes, informe la capacidad</p>	<p>A este respecto, se señala que el proceso productivo, volumen de producción y la capacidad instalada anual será objeto de verificación por los técnicos de la CNCE, en aquellas empresas productoras que efectivamente sean verificadas.</p> <p>Se deniega en función de la respuesta brindada en el Punto anterior.</p>	<p>Las variables proceso productivo, volumen de producción y la capacidad instalada anual, fueron objeto de verificación en aquellas empresas que efectivamente<sup>4</sup> fueron verificadas por parte del equipo técnico de esta CNCE con metodología propia. Para mayor detalle acerca de los resultados de las verificaciones practicadas ver Anexo II del presente Informe.</p>
<p>4 La empresa FRANCIONI no pudo ser verificada ya que informó que la ".... crisis crónica vivida por la empresa ha provocado que la empresa no posea información analíticamente organizada....".</p>	<p>No corresponde, atento a que es esta Comisión, en su carácter de Autoridad de Aplicación, quien tiene a su cargo la labor de "corroborar la exactitud de la</p>	<p>equipo técnico se presenta en la Sección IV- Producto Similar- del presente informe.</p> <p>Las variables volumen de ventas, volumen de importaciones; cantidad de empleados y sueldos y ubicación de plantas fabriles, fueron objeto de verificación en aquellas empresas que efectivamente<sup>4</sup> fueron verificadas por parte del equipo técnico de esta CNCE con metodología propia. Para mayor detalle acerca de los resultados de las verificaciones practicadas ver Anexo II del presente Informe.</p> <p>No corresponde, atento a que es esta Comisión, en su carácter de Autoridad de Aplicación, quien tiene a su cargo la labor de "corroborar la exactitud de la</p>





<p>instalada de producción anual de cada planta. Asimismo, informe el volumen de producción diaria de cada planta. Por último, deberá informar si las plantas fabriles se dedican a la producción integral de los anteojos o al ensamblado de partes y piezas que no son fabricadas por el titular de la planta, cantidad de modelos que pueden producirse y si las plantas se encuentran equipadas para fabricar anteojos y armazones de policarbonato".</p> <p>3) "Solicitamos que asimismo, dicho perito ingeniero, en base a las muestras de mercadería que han sido presentadas en el INTI y al resultado de dicha pericia, efectúe un análisis comparativo de resistencia y maleabilidad de los materiales constitutivos de los anteojos sobre cuya composición se expida el INTI, en base al anteojo terminado".</p>	<p>El equipo técnico de esta Comisión expondrá el resultado del análisis que efectúe sobre el estudio realizado por el INTI, en el Informe de Hechos Esenciales.</p>	<p>información suministrada" por las partes y el obtener más detalles, contando con un equipo técnico capacitado a tal fin</p> <p>El análisis efectuado por el equipo técnico se presenta en la Sección IV- Producto Similar- del presente informe.</p>
<p><b>DOCUMENTAL:</b></p> <p>1) "Mis representadas se reservan el derechos de aportar nuevas facturas y/o muestras del mercado interno brasileño correspondientes a los que ellas importan o producen"</p> <p>2) "Estadísticas de importaciones de la aduana de Brasil para los años 2010 y 2011, de las que surge que las exportaciones efectuadas por la industria nacional tienen valores muy inferiores a los pretendidos como "valor normal" por la industria nacional en las presentes actuaciones. Se acompaña en soporte magnético cuadro Excel (idéntico al adjuntado al escrito de ofrecimiento de prueba de la DCD que refleja sólo las exportaciones desde Argentina de los productos involucrados, pudiendo consultar los originales en la siguiente Fuente: <a href="http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/ProductosNCM/2011/ImportProdSensiveis.htm">http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/ProductosNCM/2011/ImportProdSensiveis.htm</a> y <a href="http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/ProductosNCM/2010/ImportProdSensiveis.htm">http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/ProductosNCM/2010/ImportProdSensiveis.htm</a></p> <p>3) "Nota del diario "El Cronista Comercial", en la que se informa que una de las integrantes de CADIOA abrió una importante planta fabril, inaugurada por la Sra. Presidenta de la Nación".</p> <p>4) "Artículos periodísticos del diario "INFOBAE" en el que se documenta uno de los operativos realizados contra el contrabando, del que participó el presidente de CADIOA, en el que él mismo reconoce (según el video adjunto".</p>	<p>Dicha información revestirá carácter de prueba documental en los términos del Artículo 18 del Decreto Nº 1393/08 y concordantes del Decreto Nº 1759/72, pudiendo ser aportada hasta la fecha de cierre de la etapa probatoria.</p> <p>Cabe señalar que la información referida es inconducente a los fines de la presente investigación.</p> <p>Respecto a los puntos 3) y 4) se hace saber que dichas documentales se encuentran agregadas en el expediente a fs 5105/9 y revisten carácter de prueba documental en los términos del Artículo 18 del Decreto Nº 1393/08 y concordantes del Decreto Nº 1759/72.</p>	<p>A la fecha de cierre de la etapa probatoria esta información no fue presentada.</p> <p>N/C</p> <p>Esta información se encuentra agregada a las actuaciones, excepto el video que a la fecha de cierre de la etapa probatoria no fue presentado.</p>



<p><b>PRUEBA INFORMATIVA:</b></p> <p>1) "Se libre oficio a la Aduana de Brasil, a efectos de que se expida sobre la autenticidad de las estadísticas acompañadas, para el caso que las mismas sean desconocidas en autos".</p> <p>2) "Se libre oficio a la D.G.A., a efectos de que: (i) informe si las empresas informadas por CADIOA en su presentación inicial como integrantes de la industria nacional registran importaciones de los productos investigados y/o de sus partes y piezas (clasificables por la P.A. SIM 9003.90.90.000Z) en los períodos 2008/2011; y (ii) remita los antecedentes tenidos en cuenta para fijar los valores criterio vigentes para las posiciones arancelarias involucradas en la presente investigación, e informe el criterio utilizado para el establecimiento de dichos valores".</p> <p>3) "Se libre oficio al Canal C5N y al diario Infobae a efectos de que remitan copias del video filmado en el operativo realizado en Aduana en el que se secuestraron anteojos de contrabando, en particular de la entrevista realizada al Sr. Norberto Fermani, y de la nota periodística publicada en el diario el día 16/12/11".</p> <p>4) "Visita a los exportadores radicados en China: a efectos de comprobar las condiciones de economía de mercado en las que operan nuestras representadas Wenzhou Guquan Trading Co., Ltd. y Zhejiang Kangcheng Industry Co., se ofrece como prueba una visita a sus instalaciones, y a la de los productores a los que adquieren sus productos, a fin de corroborar "in situ" tales circunstancias, en los términos del art. 19 del Dto. 1393/2008".</p>	<p>Se deniega en función de lo respondido en el Punto 2) de la Prueba Documental.</p> <p>En lo que respecta al punto (i) esta CNCE se basará en datos oficiales de fuente Dirección General de Aduanas, salvaguardando el secreto estadístico en virtud de los Dictámenes N° 748/08 y N° 981/08, emitidos por el Servicio Jurídico de la DGA, de conformidad con ala Ley N° 25.326, Ley N° 11.683 y Ley N° 22.415. . Por su parte, respecto del punto (ii) esta CNCE considera que dicha información es inconducente a los fines de la presente investigación.</p> <p>Respecto de la información indicada, dicha prueba deberá ser producida por la misma oferente hasta el 24 de febrero de 2012, la que una vez incorporada al expediente revestirá carácter de prueba documental y podrá ser considerada por esta Comisión, de corresponder, en el análisis de la presente investigación.</p> <p>La cuestión expuesta no es de competencia de esta Comisión Nacional de Comercio Exterior.</p>	<p>N/C</p> <p>N/C</p>
	<p>Si bien el 1º de febrero de 2012, las firmas importadoras presentaron un escrito acreditando el diligenciamiento del presente oficio a C5N (fs. 5552/3), el 31 de enero la propia emisora había informado que el material requerido por las empresas importadoras, dado el tiempo transcurrido no se encontraba disponible (fs.5540).</p> <p>N/C</p>	<p>N/C</p>





**ANEXO IV:**  
**EVOLUCIÓN Y**  
**ACTUALIZACIÓN DE LAS**  
**IMPORTACIONES**

*Def*



## EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES

El Artículo 10 del Acuerdo Antidumping<sup>1</sup>, hace referencia a la retroactividad de los derechos antidumping. De los artículos 10.2<sup>2</sup> y 10.6<sup>3</sup> del Acuerdo surgen los requisitos que deben reunirse para la aplicación de un derecho retroactivo.

A tal fin y para dar cumplimiento a lo prescripto en el apartado ii) del artículo 10.6, en el presente Anexo se presenta la evolución de las importaciones desde enero de 2008 a mayo de 2012 a efectos de que el Directorio de esta CNCE, ante la posibilidad de aplicarse retroactivamente un derecho antidumping y una vez cumplidos los requisitos formales que exigen los artículos citados precedentemente, cuente con la misma a los fines de su determinación.

En los Cuadros A.II (1, 2, 3, 4 y 5) se presentan las importaciones de los productos bajo análisis, originarios de CHINA, desagregadas por los principales importadores y resto y por otro lado, el total de las importaciones del resto de los orígenes, en tanto que en los Gráficos A.II (1, 2, 3, 4 y 5) se presenta la evolución mensual de dichas importaciones.

*Am*

---

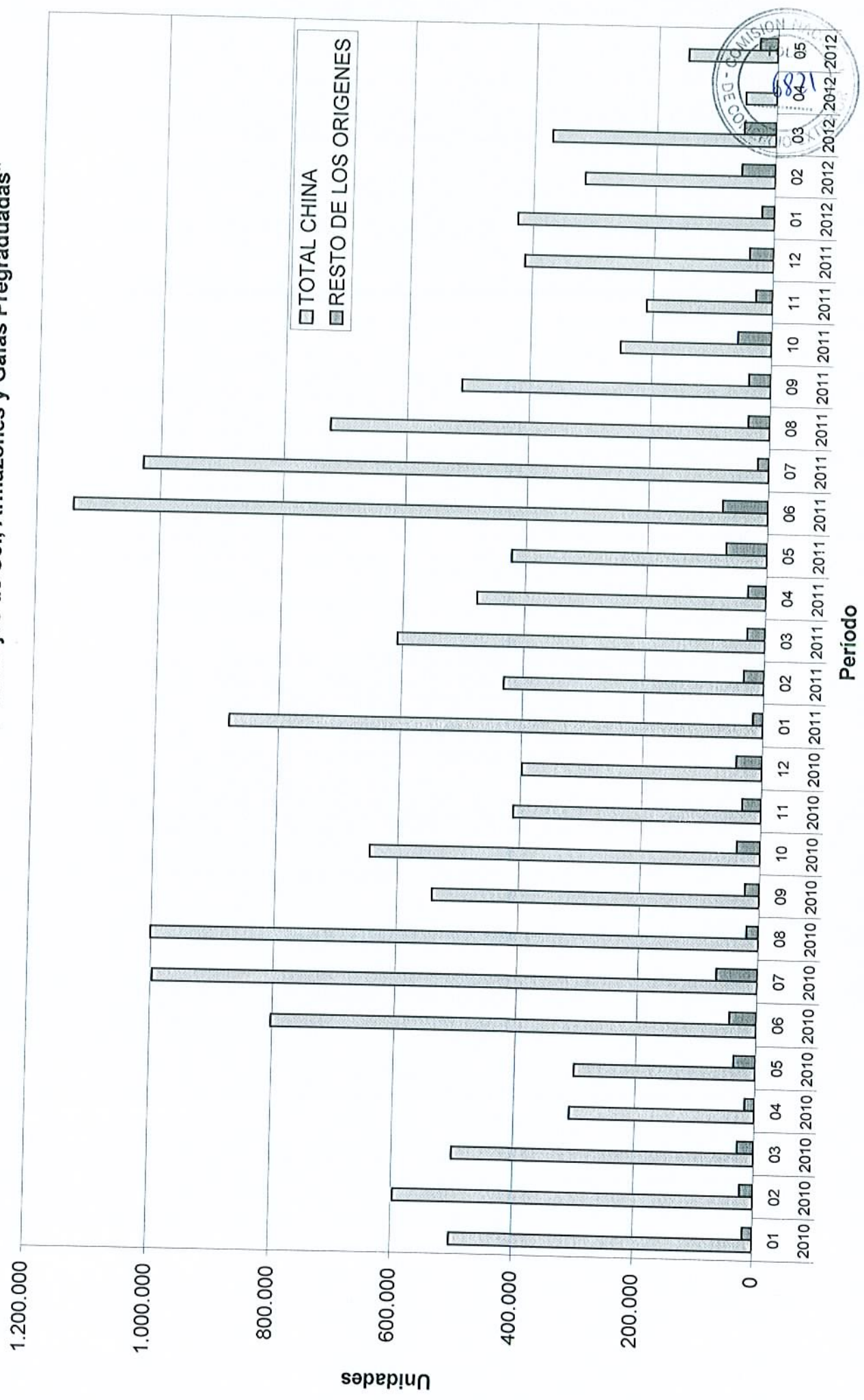
<sup>1</sup> En adelante, Acuerdo

<sup>2</sup> "Cuando se formule una determinación definitiva de la existencia de daño (pero no de amenaza de daño o de retraso importante en la creación de una rama de producción) o, en caso de formularse una determinación definitiva de la existencia de amenaza de daño, cuando el efecto de las importaciones objeto de dumping sea tal que, de no haberse aplicado medidas provisionales, hubiera dado lugar a una determinación de la existencia de daño, se podrán percibir retroactivamente derechos antidumping por el período en que se hayan aplicado medidas provisionales".

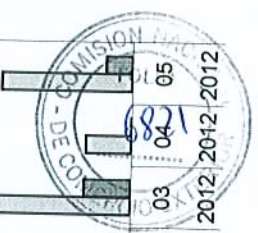
<sup>3</sup> "Podrá percibirse un derecho antidumping definitivo sobre los productos que se hayan declarado a consumo 90 días como máximo antes de la fecha de aplicación de las medidas provisionales cuando, en relación con el producto objeto de dumping considerado, las autoridades determinen:

- i) que hay antecedentes de dumping causante de daño, o que el importador sabía o debía haber sabido que el exportador practicaba el dumping y que éste causaría daño, y
- ii) que el daño se debe a importaciones masivas de un producto objeto de dumping, efectuadas en un lapso de tiempo relativamente corto que, habida cuenta del momento en que se han efectuado las importaciones objeto de dumping, su volumen y otras circunstancias (tales como una rápida acumulación de existencias del producto importado), es probable socaven gravemente el efecto reparador del derecho antidumping definitivo que deba aplicarse, a condición de que se haya dado a los importadores interesados la oportunidad de formular observaciones".

Gráfico N° A.II.1  
Evolución de las Importaciones del total de "Anteojos de Sol, Armazones y Gafas Pregraduadas"



*[Handwritten signature]*



**Cuadro Nº A.II.1**  
**Actualización de importaciones a Mayo de 2012**  
**Importaciones de ANTEOJOS DE SOL, ARMAZONES Y GAFAS PREGRADUADAS**  
 En unidades

AÑO	MES	***	***	***	***	***	***	***	***	***	RESTO	TOTAL CHINA	RESTO DE LOS ORIGENES	TOTAL DE IMPORTACIONES
2008	01	160.338	11.075	5.088		71.060	730.085	977.646				12.288	889.945	
2008	02	66.318	74.403	20.808			254.654	416.183				15.313	431.496	
2008	03	74.908		22.500		100	412.398	545.606				14.641	560.247	
2008	04	118.086	252.600	35.700		70	239.950	610.716				23.050	633.766	
2008	05	76.187	33.610			90.900	226.491	482.772				23.063	505.835	
2008	06	139.673	2.592	11.184			272.946	429.226				26.449	455.675	
2008	07	214.242	386.208	14.015			878.534	1.739.684				16.042	1.755.726	
2008	08	83.004	6.000	39.600		46.500	662.409	1.063.157				31.253	1.094.410	
2008	09	325.488	72.132	85.344		106.200	740.089	1.298.502				18.947	1.317.449	
2008	10	286.271	6.744	102.000		123.220	696.024	1.261.747				30.130	1.291.877	
2008	11	368.498	39.232	8.688		107.400	1.102.916	1.656.436				20.374	1.676.810	
2008	12	148.974	18.400	8.400		131.820	835.387	1.169.957				23.346	1.193.303	
2009	01	57.319	3.681	23.400		20.000	800.648	1.128.848				22.890	1.151.738	
2009	02	133.000	116.140	12.936			432.667	694.743				5.937	700.680	
2009	03	83.950	17.944	25.110			266.064	393.068				10.564	403.652	
2009	04	21.295		14.448			137.001	172.744				19.337	192.081	
2009	05	7.426				310.080	215.056	532.572				34.375	566.947	
2009	06	7.476	486.754	35.100		216.900	556.230	1.379.560				24.979	1.404.539	
2009	07	31.329		195.300		1.428	657.653	925.310				19.257	944.567	
2009	08	213.314	175.883	39.600			734.300	1.489.797				16.060	1.505.857	
2009	09	48.937	35	15.300		48.480	481.671	594.423				22.703	617.126	
2009	10	8.956	18.600	2.400		34.900	513.293	578.149				22.011	600.160	
2009	11	1.995	36.333	101.700		58.800	838.638	1.077.558				26.762	1.104.320	
2009	12	21.624	13.738	39.900			161.873	296.935				17.946	313.781	
2010	01	14.966	180.848			78	307.721	503.613				17.031	520.644	
2010	02	61.212	1.370	8.460			525.787	596.829				22.879	619.708	
2010	03	76.779	130.910	70.500			147.456	501.694				28.157	529.851	
2010	04	81.600		13.092		33.907	179.284	307.883				16.903	324.786	
2010	05	7.242					294.354	301.596				37.540	339.136	
2010	06	85.102	106.500	24.748			585.824	802.174				45.823	847.997	
2010	07	111.104	265.058	202.800		11.020	600.851	1.000.864				20.463	1.066.922	
2010	08	131.293	42.000	183.000		9.000	459.090	542.512				39.753	566.881	
2010	09	44	32.078	10.500		25.160	409.648	645.274				32.576	685.027	
2010	10	189.166	10.800	82.175		22.500	306.236	410.932				44.508	443.508	
2010	11	21		4.848		48.940	313.636	398.248				43.454	441.702	
2010	12	27.213	3.611			14.700	613.184	860.228				17.315	897.543	
2011	01	39.538	76.926	4.800			277.890	432.737				34.629	467.366	
2011	02	109.103	39.300	6.444			377.672	608.381				30.447	638.828	
2011	03	191.109					251.460	479.507				30.746	510.253	
2011	04	211.247	4.155	16.800			227.130	423.299				69.247	492.546	
2011	05	192.014				48.240	388.380	1.140.653				76.552	1.217.205	
2011	06	179.893	172.500	219.700		23.400	448.980	1.028.312				19.189	1.047.501	
2011	07	177.127	277.105	88.600			544.380	725.101				36.416	761.517	
2011	08	137.841	32.100	10.800			318.547	512.010				37.115	549.125	
2011	09	15.263	178.200				226.401	252.082				57.222	309.314	
2011	10		16.139	9.552			210.623	210.659				28.561	239.220	
2011	11	36	113.416				299.456	412.872				40.624	453.496	
2011	12						425.777	425.777				21.744	447.521	
2012	01						316.273	316.273				57.006	373.279	
2012	02						371.579	371.579				54.640	426.219	
2012	03						53.187	53.245				790	53.995	
2012	04	58					73.803	150.680				31.352	182.032	
2012	05	77												
2008		2.041.997	902.996	324.215		561.753	7.071.883	11.651.632				254.907	11.906.539	
2009		636.621	869.108	656.610		418.200	5.765.104	9.262.707				242.741	9.505.448	
2010		765.742	773.175	481.849		750.780	4.548.294	7.008.988				398.301	7.407.289	
2011		1.253.171	909.841	391.240		86.340	4.183.663	7.105.851				478.083	7.583.914	
Ene - Mayo 2011		743.011	120.381	170.700		14.700	1.747.316	2.824.152				182.384	3.006.536	
Ene - Mayo 2012		135		76.800			1.240.619	1.317.554				165.492	1.483.046	

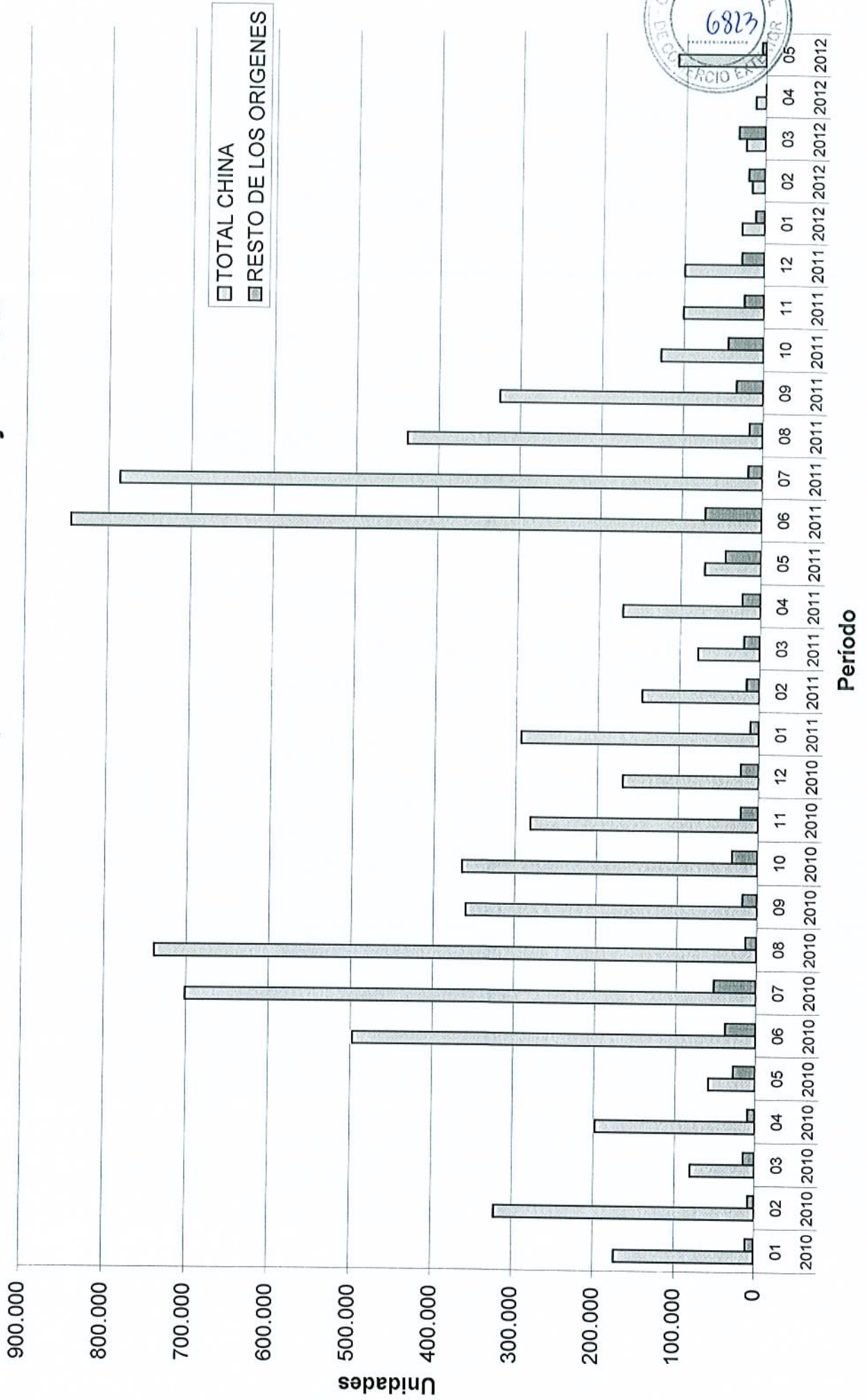
Nota: Grisado se presenta el periodo considerado en la investigación.  
 Nota: La apertura de la investigación rige a partir del 7 de Abril de 2011 y fue declarada por la Resolución S/C Nº 75/11.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.



*Handwritten signature and initials in blue ink.*

*Amor*

### Gráfico N° A.II.2 Evolución de las Importaciones de Anteojos de Sol







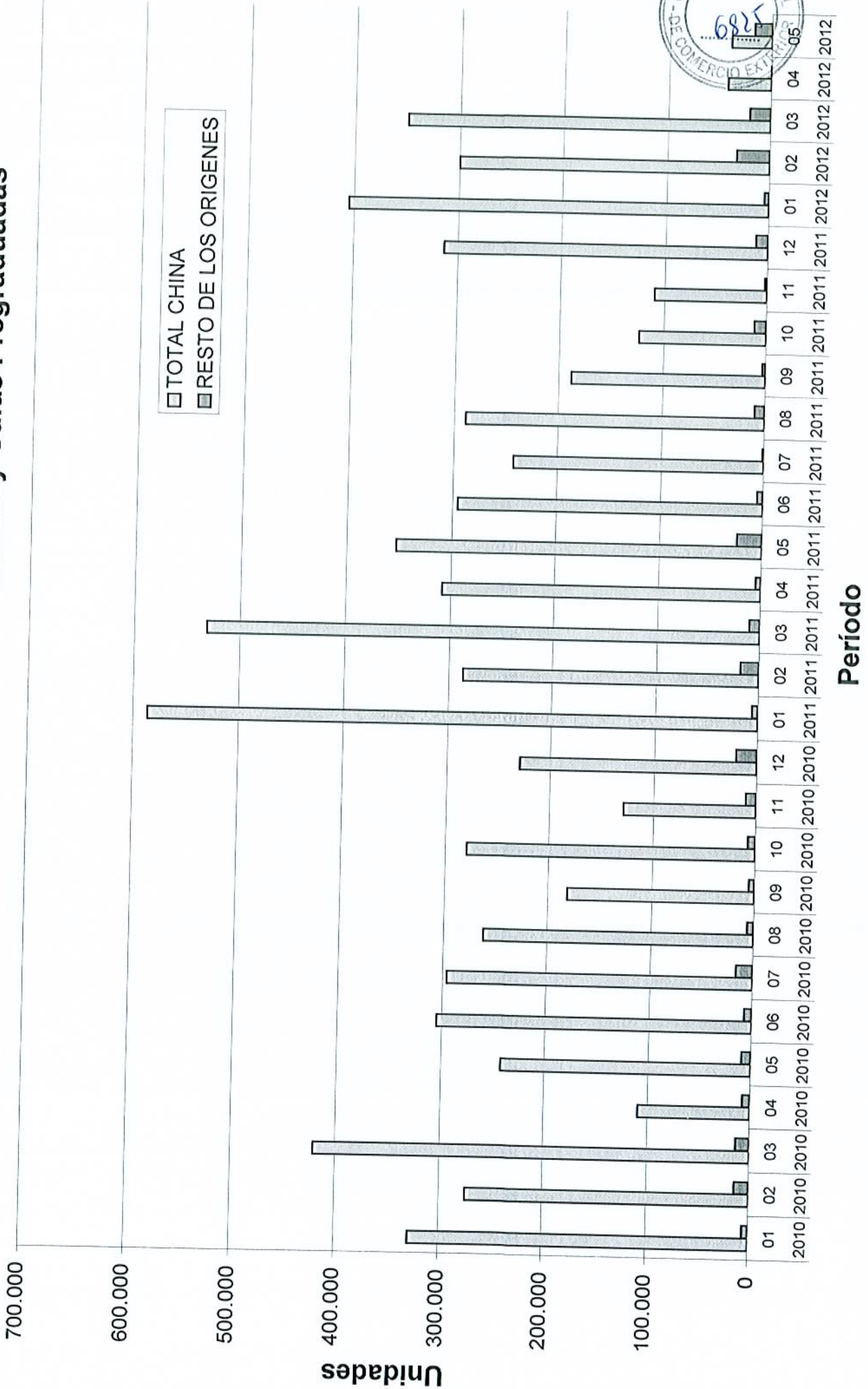
Cuadro N° A.II.2  
Actualización de importaciones a Mayo de 2012  
Importaciones de ANTEOJOS DE SOL  
En unidades

AÑO	MES	***	***	***	***	***	***	***	***	RESTO	TOTAL CHINA	RESTO DE LOS ORIGENES	TOTAL DE IMPORTACIONES
2008	01	190					5.088	71.060	377.060	453.398	7.246	460.644	
2008	02	64	4.800			20.808	32.700		17.524	103.196	12.896	116.092	
2008	03	13.500							154.805	201.105	10.841	211.946	
2008	04	10.884	252.600						47.638	311.190	19.218	330.408	
2008	05	25.812	33.610	44.400				90.900	124.022	329.928	14.476	344.404	
2008	06	58.238	2.592						179.824	240.654	18.317	258.971	
2008	07	163.064	386.208	174.600			29.400	46.500	658.344	1.458.116	7.647	1.465.763	
2008	08	83.004					83.844	106.200	100.200	562.122	935.370	956.896	
2008	09	235.500				88.800	88.800	58.783	656.856	1.102.771	14.856	1.117.627	
2008	10	90.000	6.744	47.100		8.688	113.700	121.420	535.674	923.326	22.664	945.990	
2008	11	175.272	20.100					30.000	831.111	1.172.283	16.593	1.188.876	
2008	12	35.104	18.400	21.600		13.776		131.820	542.247	762.947	6.857	769.804	
2009	01	3.600		23.400				20.000	312.351	575.351	13.814	589.165	
2009	02	35.400				12.432			46.210	94.042	4.159	98.201	
2009	03	40.200							119.247	159.447	5.701	165.148	
2009	04	6.019				9.168			35.172	50.359	14.530	64.889	
2009	05	1.200	486.754					307.680	60.299	367.979	31.953	399.932	
2009	06			35.100		34.800		210.300	376.878	1.145.032	16.478	1.161.508	
2009	07	33.900		195.300		73.200			561.038	791.666	11.054	802.720	
2009	08		175.883	233.700				1.428	525.921	1.008.704	6.091	1.014.795	
2009	09	8.460		2.400		15.300		48.480	361.463	433.738	19.412	453.150	
2009	10		18.600					34.900	332.017	387.917	15.738	403.655	
2009	11	1.995		101.700		7.692		91.200	703.658	906.245	25.845	932.090	
2009	12		13.738	39.900				57.600	94.358	205.996	11.897	217.493	
2010	01	73	108.900					66	65.227	174.266	10.881	185.247	
2010	02	4				8.460			313.282	321.746	8.345	330.091	
2010	03			60.600					20.054	80.654	14.519	95.173	
2010	04	81.600				13.092		33.907	69.668	196.267	9.397	207.664	
2010	05	30							58.709	58.739	28.241	86.980	
2010	06	23	106.500			6.748			384.061	497.332	38.176	535.508	
2010	07	18.500	215.219	202.800				11.020	264.835	701.354	53.081	754.435	
2010	08	47.623	42.000	183.000		21.300		9.000	434.031	738.974	14.161	753.135	
2010	09	16	23.990			33.000		9.000	295.008	361.014	18.824	379.838	
2010	10	35.366	10.800			10.500		25.160	283.929	365.755	32.406	398.161	
2010	11	9				71.979		22.500	187.268	281.752	22.256	304.008	
2010	12		2.273			4.848		48.940	112.922	168.983	22.650	191.633	
2011	01	28	3.600	131.100				14.700	144.531	293.959	11.300	305.259	
2011	02	49.700				6.444			89.898	146.042	16.409	162.451	
2011	03			15.300					61.979	77.279	20.240	97.519	
2011	04	11.900							159.180	171.080	23.128	194.208	
2011	05	29.127							41.246	70.373	44.671	115.044	
2011	06	36.828	172.500	131.940		145.300		48.240	310.508	845.416	70.768	916.184	
2011	07	39.009	271.652	88.600		13.500		18.600	354.781	786.142	17.897	804.039	
2011	08	12.000	32.100			10.800			383.164	438.064	17.233	455.297	
2011	09	14.976	178.200						131.592	324.768	33.848	358.616	
2011	10					6.000			122.353	128.353	44.376	172.729	
2011	11			9.534					100.973	100.973	24.808	125.781	
2011	12								90.095	99.629	28.747	128.376	
2012	01								28.954	28.954	11.828	40.782	
2012	02								16.627	16.627	21.110	37.737	
2012	03								24.617	24.617	33.919	58.532	
2012	04	36							13.149	13.149	241	13.426	
2012	05	28		76.800					34.122	110.950	5.903	116.853	
2008		890.632	787.886	287.700		302.688		418.200	4.747.225	7.994.284	173.137	8.167.421	
2009		95.874	695.010	631.500		186.492		733.980	3.528.612	6.126.076	176.670	6.302.746	
2010		183.244	509.682	446.400		169.923		150.593	2.488.984	3.948.895	273.037	4.221.931	
2011		193.568	667.586	366.940		182.044		81.540	1.990.400	3.482.078	353.425	3.835.503	
Ene - Mayo 2011		90.765	3.600	146.400		6.444		14.700	496.834	758.733	115.748	874.481	
Ene - Mayo 2012		64		76.800					117.469	194.333	72.997	267.330	

Nota: Grisado se presenta el período considerado en la investigación.  
Nota: La apertura de la investigación rige a partir del 7 de Abril de 2011 y fue declarada por la Resolución S1/C N° 75/11.  
Fuente: CNCE sobre la base de DGA.

**Gráfico N° A.II.3**  
**Evolución de las importaciones de Armazones y Gafas Pregraduadas**

*Ampl*



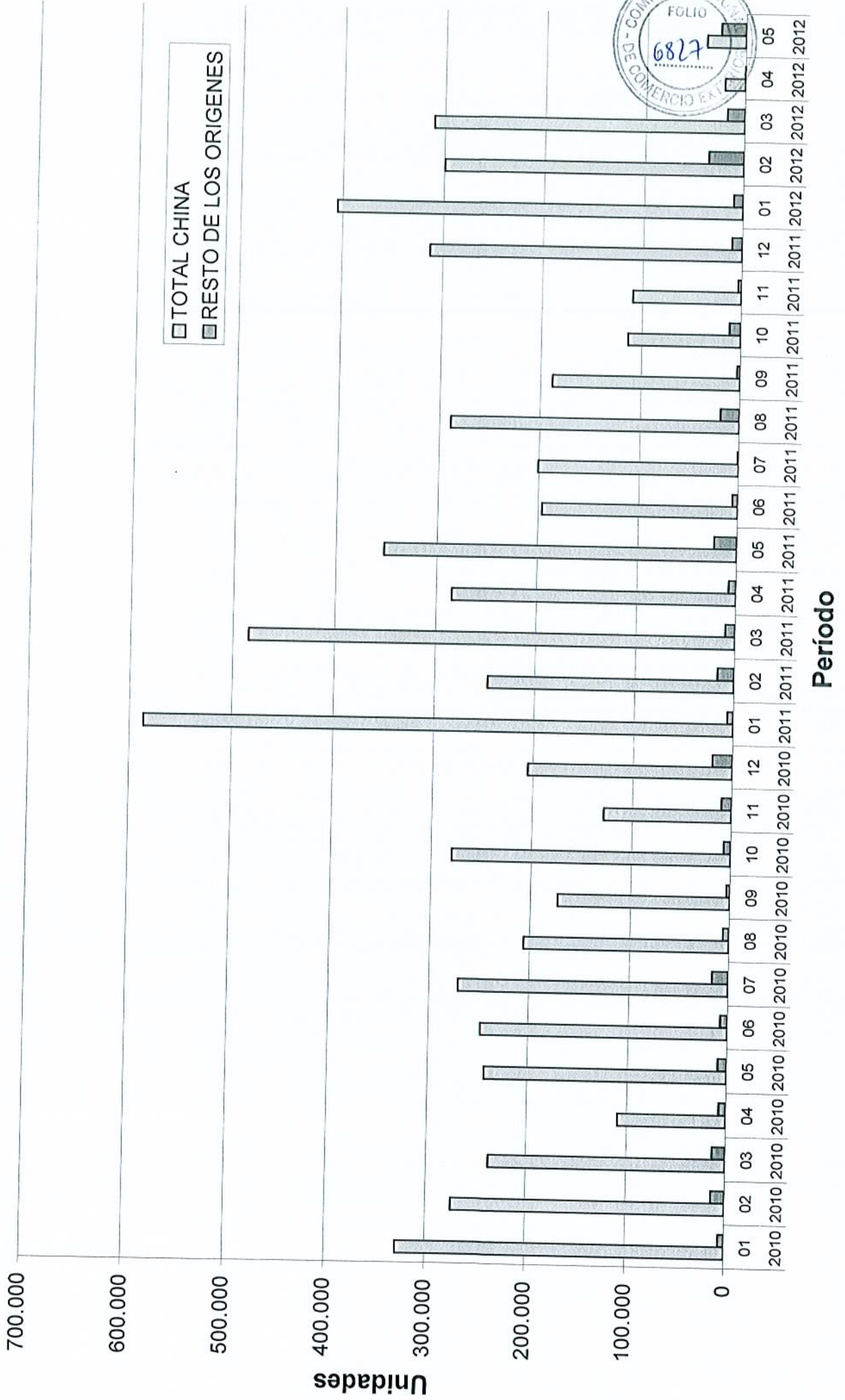


**Cuadro N° A.II.3**  
**Actualización de importaciones a Mayo de 2012**  
**Armazones y gafas pregraduadas**  
 En unidades

ANO	MES	***	***	***	***	***	***	***	***	RESTO	TOTAL CHINA	RESTO DE LOS ORIGENES	TOTAL DE IMPORTACIONES
2008	01	160.148	11.075							353.025	524.248	6.053	529.301
2008	02	66.254	69.603							177.130	312.987	2.417	315.388
2008	03	61.408								257.593	344.501	3.800	348.301
2008	04	107.212	22.500	3.000						192.314	299.526	3.832	303.358
2008	05	50.375								102.469	152.844	8.587	161.431
2008	06	81.435	14.015							98.122	188.572	8.132	196.304
2008	07	51.178								220.190	281.568	8.395	289.963
2008	08		6.000							120.287	127.787	9.727	134.014
2008	09	89.998	9.300							89.233	195.731	4.091	199.822
2008	10	176.271								160.350	338.421	7.466	345.887
2008	11	193.216	19.132						1.800	271.805	484.153	3.781	486.934
2008	12	113.870								293.140	407.010	16.489	423.499
2009	01	53.719	3.681							488.297	553.497	9.076	562.573
2009	02	97.600	116.140							396.457	600.701	1.778	602.479
2009	03	43.750	17.944							146.818	233.622	4.883	237.305
2009	04	15.276								101.829	122.385	4.807	127.192
2009	05	7.426								154.767	164.593	2.422	167.015
2009	06	6.276								179.352	234.528	8.503	243.031
2009	07	31.329								96.615	133.644	8.203	137.502
2009	08	213.314	5.700							208.378	481.093	9.969	491.062
2009	09	40.477	59.400							120.208	160.685	3.291	163.976
2009	10	8.956								181.276	190.232	6.273	196.505
2009	11		36.333							134.980	171.313	9.177	172.230
2009	12	21.624							1.200	67.514	90.338	5.949	96.288
2010	01	14.893	71.948							242.494	329.347	6.050	335.397
2010	02	61.208	1.370							212.505	275.083	14.334	289.417
2010	03	76.779	130.910	15.449						127.402	421.040	13.638	434.678
2010	04									109.616	109.616	7.506	117.122
2010	05	7.212								235.645	242.857	9.299	248.029
2010	06	85.079								201.763	304.842	7.647	312.489
2010	07	92.604	49.838							153.572	296.015	16.472	312.487
2010	08	83.670								166.820	261.890	6.302	267.464
2010	09	28	8.088							164.082	181.498	5.545	187.043
2010	10	153.800								125.719	279.519	7.347	286.866
2010	11	12								118.768	128.980	10.320	139.300
2010	12	27.213	1.338							200.914	229.465	20.804	250.069
2011	01	39.510	73.326							468.633	566.269	6.015	592.284
2011	02	59.403	39.300							187.992	266.695	18.220	300.198
2011	03	191.109								315.693	531.102	10.207	541.239
2011	04	199.347	24.300							92.280	308.427	5.100	313.527
2011	05	162.887	4.155	16.800						186.884	352.926	24.558	377.484
2011	06	143.065								77.772	295.237	5.784	301.021
2011	07	138.118	5.453	74.400					4.800	93.799	242.170	1.292	243.462
2011	08	125.841								163.126	288.967	9.843	298.810
2011	09	287								187.906	188.193	3.267	191.460
2011	10		16.139							104.148	123.838	11.676	135.515
2011	11	36		3.552						109.659	109.695	2.338	112.033
2011	12		103.882							209.477	313.359	11.877	325.236
2012	01									404.973	404.973	4.687	409.660
2012	02									296.646	296.646	32.821	332.467
2012	03									349.562	349.562	20.725	370.287
2012	04	22								42.379	42.401	509	42.910
2012	05	49								39.695	39.744	17.491	57.235
2008		1.151.365	115.110	27.900	36.515	27.900	1.800			2.324.658	3.657.348	81.770	3.739.118
2009		539.747	174.088	25.110	113.184	113.184	1.200			2.266.492	3.136.631	66.071	3.202.702
2010		602.498	263.493	15.449	119.400	119.400	12			2.059.300	3.060.152	125.264	3.185.416
2011		1.059.603	242.255	24.300	99.552	99.552	4.800			2.196.369	3.626.879	110.177	3.737.055
Ene - Mayo 2011		682.256	116.781	24.300	21.600	24.300				1.260.482	2.065.419	64.100	2.129.519
Ene - Mayo 2012		71								1.196.255	1.196.326	76.233	1.272.559

Nota: Grisado se presenta el periodo considerado en la investigación.  
 Nota: La apertura de la investigación rige a partir del 7 de Abril de 2011 y fue declarada por la Resolución S/C N° 75/11.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.

**Gráfico N° A.II.4**  
**Evolución de las importaciones de Armazones**



*Amor*

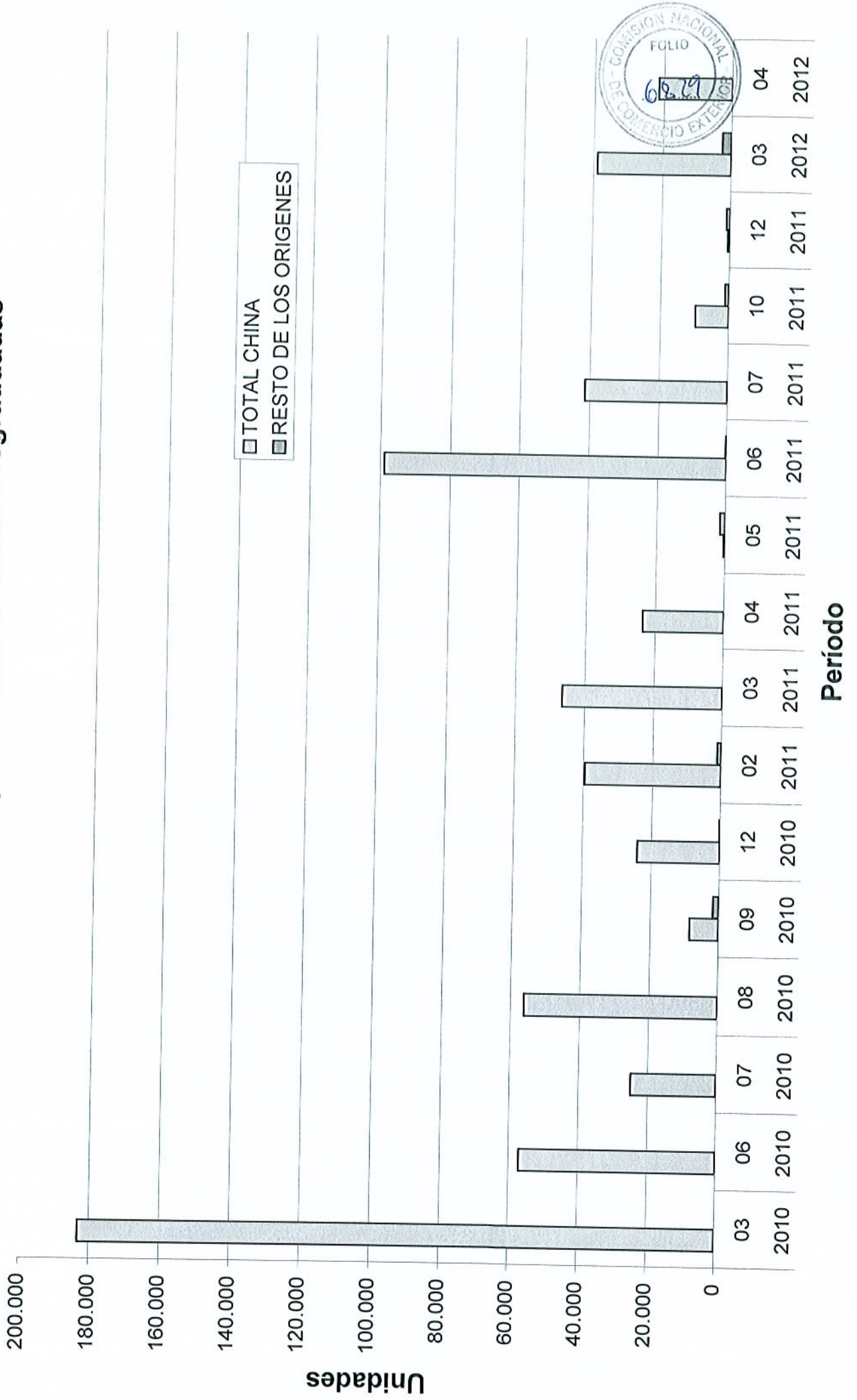


**Cuadro N° A.II.4**  
**Actualización de importaciones a Mayo de 2012**  
**Amazonas**  
 En unidades

AÑO	MES	WARSAWSKI	***	***	***	***	***	***	RESTO	TOTAL CHINA	RESTO DE LOS ORIGENES	TOTAL DE IMPORTACIONES
2008	01	160.148	11.075						353.025	524.248	5.053	528.301
2008	02	66.254	69.603						177.130	312.987	2.417	315.404
2008	03	61.408		22.500	3.000				257.593	344.501	3.800	348.301
2008	04	107.212							192.314	299.526	3.832	303.358
2008	05	50.375							102.469	152.844	8.587	161.431
2008	06	81.435		14.015					93.122	188.572	8.132	196.704
2008	07	51.178			10.200				220.190	281.568	8.385	289.953
2008	08	89.998	6.000						120.287	127.787	9.727	137.514
2008	09	176.271	9.300		13.200				83.233	195.731	4.091	199.822
2008	10	193.216	19.132					1.800	160.350	338.421	7.466	345.887
2008	11	113.870							165.305	377.653	3.781	381.434
2008	12								293.140	407.010	16.489	423.499
2009	01	53.719	3.881			7.800			488.297	553.497	9.076	562.573
2009	02	97.600	116.140		504				207.657	421.901	1.778	423.679
2009	03	43.750	17.944		25.110				146.818	233.622	4.883	238.505
2009	04	15.276			5.280				101.829	122.385	4.807	127.192
2009	05	7.426				2.400			154.767	164.593	2.422	167.015
2009	06	6.276				6.600			151.779	164.855	8.503	173.158
2009	07	31.329							71.703	108.732	8.203	116.935
2009	08	213.314			5.700				208.379	444.493	9.969	454.462
2009	09	40.477			22.800				120.208	160.685	3.291	163.976
2009	10	8.956							157.276	166.232	6.273	172.505
2009	11		36.333						134.960	171.313	917	172.230
2009	12	21.624						1.200	67.515	90.339	5.949	96.288
2010	01	14.893	71.948					12	242.494	329.342	6.050	335.397
2010	02	61.208	1.370						212.505	275.083	14.334	289.417
2010	03	76.779	6.110	15.449	12.000				127.402	237.740	13.638	251.378
2010	04								109.616	109.616	7.506	117.122
2010	05	7.212							235.645	242.857	9.299	252.156
2010	06	85.079							162.763	247.842	7.647	255.489
2010	07	92.604	49.839						128.564	271.002	16.472	287.479
2010	08	83.670							122.120	205.790	6.302	212.092
2010	09	28			9.300				155.496	172.912	3.811	176.723
2010	10	153.800							125.719	279.519	7.347	286.866
2010	11	12							118.768	128.980	10.320	139.300
2010	12	27.213	1.338		10.200				176.524	205.075	20.544	225.619
2011	01	39.510	73.326		4.800				468.633	586.269	6.015	592.284
2011	02	59.403							187.652	247.055	17.006	264.061
2011	03	191.109		24.300					269.193	484.602	10.207	494.809
2011	04	193.347			16.800				69.580	284.727	7.618	292.345
2011	05	162.887	4.155						185.434	352.476	23.074	375.550
2011	06	143.065							55.292	196.357	5.544	201.901
2011	07	138.118	5.453					4.800	52.399	200.770	1.292	202.062
2011	08	125.841							163.126	288.967	19.183	308.150
2011	09	287							187.906	188.193	3.267	191.460
2011	10		16.139		3.552				94.398	114.089	11.699	125.788
2011	11	36							109.659	109.659	3.753	113.448
2011	12		103.882						208.887	312.769	10.766	323.535
2012	01								404.973	404.973	9.916	414.889
2012	02								299.646	299.646	35.896	335.542
2012	03								310.617	310.617	18.060	328.677
2012	04	22							20.779	20.801	509	21.310
2012	05	49							39.695	39.744	25.449	65.193
2008		1.151.365	116.110	36.515	27.900			1.800	2.218.158	3.550.848	81.770	3.632.618
2009		539.747	174.098	25.110	34.284	16.800		1.200	2.011.208	2.802.447	66.071	2.868.518
2010		602.498	138.693	15.449	31.500			12	1.917.616	2.705.768	123.270	2.829.038
2011		1.059.603	202.955	24.300	25.152			4.800	2.049.199	3.365.969	119.424	3.485.393
Ene - Mayo 2011		652.256	77.481	24.300	21.600			0	1.179.492	1.965.129	63.920	2.019.049
Ene - Mayo 2012									1.075.710	1.075.781	89.830	1.165.611

Nota: Grisado se presenta el período considerado en la investigación.  
 Nota: La apertura de la investigación rige a partir del 7 de Abril de 2011 y fue declarada por la Resolución S/C N° 75/11.  
 Fuente: CNCE sobre la base de DGA.

### Gráfico N° A.II.5 Evolución de las importaciones de Gafas Pregraduadas





**Cuadro N° A.II.5**  
**Actualización de importaciones a Mayo de 2012**  
**Gafas pregraduadas**  
 En unidades

AÑO	MES	***	***	RESTO	TOTAL CHINA	RESTO DE LOS ORIGENES	TOTAL DE IMPORTACIONES
2008	11			106.500	106.500		106.500
2009	02			178.800	178.800		178.800
2009	06		42.300	27.573	69.873		69.873
2009	07			24.912	24.912		24.912
2009	08		36.600		36.600		36.600
2009	10			24.000	24.000		24.000
2010	03	124.800	58.500		183.300		183.300
2010	06		18.000	39.000	57.000		57.000
2010	07			25.008	25.008		25.008
2010	08		11.400	44.700	56.100		56.100
2010	09			8.586	8.586	1.734	10.320
2010	12			24.190	24.190	260	24.450
2011	02	39.300		340	39.640	1.214	40.854
2011	03			46.500	46.500		46.500
2011	04			23.700	23.700		23.700
2011	05			450	450	1.502	1.952
2011	06		74.400	24.480	98.880	240	99.120
2011	07			41.400	41.400		41.400
2011	10			9.750	9.750	1.147	10.897
2011	12			590	590	1.111	1.701
2012	03			38.945	38.945	2.665	41.610
2012	04			21.600	21.600		21.600
2.008				106.500	106.500		106.500
2.009			78.900	255.285	334.185		334.185
2.010		124.800	87.900	141.484	354.184	1.994	356.178
2.011		39.300	74.400	147.210	260.910	5.214	266.124
Ene - Mayo 2011		39.300	0	70.990	110.290	2.716	113.006
Ene - Mayo 2012		0	0	60.545	60.545	2.665	63.210

Nota: Grisado se presenta el período considerado en la investigación.

Nota: La apertura de la investigación rige a partir del 7 de Abril de 2011 y fue declarada por la Resolución SliyC N° 75/11.

Fuente: CNCE sobre la base de DGA.