margen uniforme aplicado al conjunto de fabricantes considerados, correspondiente a la media de todos los márgenes de beneficios conseguidos sobre dichos productos por todos los fabricantes considerados, es contrario a dicho objetivo. En efecto, el fabricante que sólo haya conseguido un pequeño margen verá cómo se le aplica un margen medio superior, mientras que el fabricante que haya alcanzado un margen real elevado se aprovechará de un margen medio inferior.

INFORME PARA LA VISTA
presentado en el asunto C-105/90 *

I. Hechos y procedimiento

1. *Régimen jurídico*

1. El apartado 4 del artículo 2 del Acuerdo relativo a la aplicación del artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (DO 1980 L 71, p. 90; EE 11/12, p. 127; en lo sucesivo, «Código antidumping de 1979») establece:

«Cuando el producto similar no sea objeto de ventas en el curso de operaciones comerciales normales en el mercado interior del país exportador o cuando, a causa de la situación especial del mercado, tales ventas no permitan una comparación adecuada, el margen de "dumping" se determinará mediante la comparación con un precio comparable del producto similar cuando éste se exporte a un tercer país, que podrá ser el precio de exportación más alto, pero que deberá ser un precio representativo, o con el coste de producción en el país de origen más una cantidad razonable por concepto de gastos administrativos, de venta y de cualquier otro tipo, así como por concepto de beneficios. Por regla general, la cuantía del beneficio no será superior al beneficio habitualmente obtenido en la venta de productos de la misma categoría general en el mercado interior del país de origen.»

2. El Consejo estableció un régimen común relativo a la defensa contra las importaciones que fueren objeto de dumping, con arreglo a las obligaciones internacionales de la Comunidad, según éstas se recogen en el artículo VI. del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (en lo sucesivo, «GATT») y del Código antidumping. Dicho régimen se contiene en el Reglamento (CEE) nº 2423/88 del Consejo, de 11 de julio de 1988, relativo a la defensa contra las importaciones que sean objeto de dumping o de subvenciones por parte de países no miembros de la Comunidad

* Lengua de procedimiento: inglés.

Económica Europea (DO L 209, p. 1; en lo sucesivo, «Reglamento de base»).

3. El apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base se refiere al valor normal. Esta disposición define el valor normal como el precio comparable realmente pagado o por pagar en el curso de operaciones comerciales normales por el producto similar destinado al consumo en el país de exportación o de origen. Sin embargo, cuando no se realice ninguna venta del producto similar en el curso de operaciones comerciales normales en el mercado interior del país de exportación o de origen, o cuando tales ventas no permitan una comparación válida, el valor normal se determina en referencia a otros datos, a saber:

« i) el precio comparable del producto similar cuando éste se exporte a un tercer país; en este caso, dicho precio podrá ser el precio de exportación más elevado, pero deberá ser un precio representativo,»

o

«ii) el valor calculado, obtenido mediante la adición del coste de producción y de un margen de beneficios razonable. El coste de producción se calculará basándose en el conjunto de los costes, tanto fijos como variables, referidos a los materiales y a la fabricación, en el curso de operaciones comerciales normales, en el país de origen, incrementados en un importe razonable por los gastos de venta, los gastos administrativos y los demás gastos generales. El importe de los gastos de venta, generales y administrativos, y el beneficio, se calcularán en relación con los gastos y el beneficio del productor o exportador por las ventas lucrativas de productos similares en el mercado interior. Si no se puede disponer de esta información, o es poco fiable, o no se puede utilizar, se calculará, en relación con los gastos y beneficios de otros productores o exportadores en el país de origen o de exportación, por ventas lucrativas de un producto similar. Si no se puede aplicar ninguno de estos dos métodos, los gastos y los beneficios se calcularán en relación con las ventas efectuadas por el exportador u otros fabricantes o exportadores del mismo sector de negocios en el país de origen o de exportación, o sobre cualquier otra base razonable.»

4. Según el cuarto considerando del Reglamento de base, existen situaciones no representativas de operaciones comerciales normales cuando un producto se venda a precios inferiores a los costos de producción o cuando las transacciones tengan lugar entre partes que estén asociadas o que hayan celebrado un acuerdo de compensación.

2. *Hechos*

5. A partir de una queja presentada en junio de 1987 por el Committee of Mechoptronics Producers and Connected Technologies (en lo sucesivo, «Compact») en nombre de fabricantes que representaban la mayoría de la producción comunitaria de reproductores de disco compacto, la Comisión inició un pro-

cedimiento antidumping respecto a las importaciones a la Comunidad de reproductores de disco compacto incluidos en el Código NC 8519 99 10, originarios del Japón y de Corea del Sur, y abrió una investigación. La investigación sobre las prácticas de dumping abarcó el período del 1 de junio de 1986 al 31 de mayo de 1987.

6. La sociedad sudcoreana Goldstar Co. Ltd, domiciliada en Seúl, fue una de las empresas sobre las que se efectuó dicha investigación. Dicha sociedad forma parte del grupo Lucky Goldstar y fabrica productos eléctricos y electrónicos destinados tanto al mercado coreano como a mercados extranjeros. Durante el período de investigación, Goldstar vendió cinco modelos de reproductores de disco compacto (en lo sucesivo, «RDC») en Corea y en la Comunidad. Se trataba de los modelos GCD 613 y GCD 616, que Goldstar vendió en la Comunidad tanto bajo su propia marca como a los fabricantes de equipo original («Original Equipment Manufacturers»; en lo sucesivo, «OEM»), así como de los modelos GCD 603, GCD 605 y GCD 606. La producción de estos tres modelos concluyó en 1985. La totalidad de estos modelos vendidos en la Comunidad durante el período de la investigación había sido exportada a ésta antes del 1 de junio de 1986.

7. El 12 de julio de 1989, la Comisión promulgó el Reglamento (CEE) nº 2140/89, por el que se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de determinados reproductores de disco compacto originarios de Japón y Corea del Sur (DO L 205, p. 5; en lo sucesivo, «Reglamento provisional»). El porcentaje del derecho provisional aplicable a las importaciones de Goldstar se elevaba a 32,5 % del precio neto franco frontera comunitaria no despachado de aduana.

8. En el caso de Goldstar, la Comisión determinó el valor normal según tres métodos:

1) En primer lugar, se remitió a los precios interiores medios ponderados de todas las ventas a clientes independientes (apartado 23 de los considerandos del Reglamento provisional). Este método se aplicaba a los modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616.

2) Por lo que se refiere al modelo GCD 613, la Comisión determinó el valor normal a partir del valor normal calculado con arreglo a las normas establecidas por el inciso ii) de la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, puesto que dicho modelo no se había vendido en cantidades suficientes en el mercado de Corea del Sur. El criterio adoptado por la Comisión para determinar si las cantidades vendidas eran suficientes fue un porcentaje: las ventas en el mercado interior deben representar por lo menos el 5 % de la cantidad exportada a la Comunidad. Los importes utilizados para el valor calculado fueron las medias ponderadas de los gastos efectuados y de los beneficios alcanzados por Goldstar en la venta de los modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616 en Corea (apartados 46 a 48 de los considerandos del Reglamento provisional).

3) Se calculó otro valor normal respecto a los modelos GCD 613 y GCD 616, que Goldstar había vendido en la Comunidad a OEM, dado que tales ventas no se habían realizado en el mercado coreano. Este valor calculado utiliza los mismos importes que los que se usaron para el segundo método. Sin embargo, teniendo en cuenta las diferencias existentes entre los OEM y otras categorías de clientes, la Comisión aplicó un porcentaje de beneficio correspondiente al 30 % del que alcanzaron las ventas bajo la marca de Goldstar (apartados 28, 51 y 52 de los considerandos del Reglamento provisional).

9. También el Consejo empleó estos métodos para determinar el valor normal cuando adoptó el Reglamento (CEE) nº 112/90, de 16 de enero de 1990, por el que se establece un derecho antidumping definitivo sobre las importaciones de determinados reproductores de disco compacto originarios de Japón y de la República de Corea y se percibe definitivamente el derecho provisional (DO L 13, p. 21; en lo sucesivo, «Reglamento definitivo»). El porcentaje definitivo aplicable a Goldstar se eleva a 26,1 %.

10. Durante el procedimiento administrativo previo, Goldstar se opuso al empleo de estos métodos. Alegó, respecto al primer método, que las ventas realizadas por ella en el mercado coreano no pueden utilizarse como base para la determinación del valor normal, ya que el volumen de sus ventas era muy escaso en términos absolutos y porque sus precios de venta, muy elevados, no se podía considerar que reflejaran la situación general de precios. Según Goldstar, estos precios no correspondían a operaciones comerciales normales.

11. La Comisión ha entendido, a este respecto, que un escaso volumen de ventas en el mercado interior en valor absoluto no puede constituir por sí mismo una razón suficiente para considerar que estas ventas no constituyen operaciones comerciales normales y justifican una excepción a la práctica normal de que los valores normales se determinen a partir de la venta en el mercado interior de modelos que, en cantidad, superan el 5 % de las ventas a la Comunidad (apartado 27 de los considerandos del Reglamento provisional). La Comisión ha comprobado, por lo que se refiere a los precios aplicados en este mercado, que Goldstar los había aplicado en operaciones comerciales normales. Por lo tanto, la Comisión no ha podido aceptar el argumento propuesto. El Consejo ha suscrito estas afirmaciones de la Comisión (apartado 21 de los considerandos del Reglamento definitivo).

12. Por lo que se refiere al empleo del segundo método, Goldstar alegó que, para el cálculo del valor normal, la Comisión no debía aplicar el beneficio medio conseguido de las ventas rentables, ya que las cantidades, aunque superen el 5 % de las ventas a la exportación, eran escasas en valor absoluto y, por consiguiente, el beneficio alcanzado era poco fiable e inadecuado para la determinación del valor normal. La Comisión y el Consejo han considerado, de todos modos, que el escaso valor absoluto de las ventas realizadas en el mercado interior en operaciones normales no podía, en cuanto tal, bastar para justificar el empleo de otro método general de cálculo de los beneficios (apartado 50 de los considerandos del Reglamento provisional y apartado 37 de los considerandos del Reglamento definitivo).

13. Por último, Goldstar se opuso a la aplicación del tercer método por dos razones. Afirmó, en primer lugar, que la utilización de un porcentaje de beneficio igual al 30 % del alcanzado sobre las ventas de productos de marca no coincidía con el margen a tanto alzado del 5 % que aplicaba anteriormente la Comisión. Esta, de todas maneras, consideró que, en una sociedad dada, existe necesariamente una relación entre los gastos y los beneficios vinculados a las ventas de los modelos de la marca de esta última y de los vinculados a las ventas de los modelos de OEM. Por otra parte, juzgó que un porcentaje de beneficio igual al 30 % del alcanzado en las ventas de productos que llevaran la marca de la sociedad constituye una

estimación razonable para reflejar las diferencias que hubieran podido existir entre el precio de los productos que llevan la marca de la sociedad y los que llevan la de los OEM, si las ventas de estos últimos se hubieran realizado en el mercado coreano. El hecho de que la Comisión haya considerado oportuno utilizar un porcentaje a tanto alzado en los procedimientos anteriores no es incompatible con la adopción de un método específico, juzgado más preciso, para un producto dado. Además, el citado porcentaje da, según la Comisión y el Consejo, respecto al mercado coreano, un margen de beneficio más favorable a los exportadores que no hayan realizado ninguna venta en el mercado interior que el porcentaje a tanto alzado empleado por la Comisión en las operaciones anteriores (apartado 39 de los considerandos del Reglamento definitivo).

14. Goldstar alegó seguidamente que la Comisión hubiera debido utilizar, para determinar los valores normales calculados para los OEM, el margen del 30 % a tanto alzado de los beneficios conseguidos por los exportadores coreanos sobre la venta de productos de marca y no el porcentaje del 30 % de los beneficios conseguidos por ella misma sobre la venta de productos de su propia marca. La Comisión consideró al respecto que el vínculo entre los beneficios de los OEM y los relacionados con los productos de marca debe fijarse, en primer lugar, en función de cada exportador si la sociedad afectada vende productos de su propia marca en el mercado interior, dado que una sociedad que puede abastecer un mercado realizando beneficios importantes tratará normalmente de sacar partido de los mismos en lugar de suministrar, con escaso margen de beneficio, a un cliente OEM que se convertirá de hecho en un competidor. Por tanto, no se puede hacer referencia a otros exportadores más que si el exportador de que se trate no vende ningún producto de su propia marca en el mercado interior (apartado 40 de los considerandos del Reglamento definitivo).

II. Fase escrita y pretensiones de las partes

15. El recurso de Goldstar fue registrado en la Secretaría del Tribunal de Justicia el 18 de abril de 1990.

16. Mediante autos, respectivamente de 20 de septiembre y 5 de diciembre de 1990, se admitió la intervención de la Comisión y de Compact en apoyo de las pretensiones del Consejo.

17. Mediante auto de 5 de diciembre de 1990, el Tribunal de Justicia estimó las peticiones de trato confidencial presentadas por Goldstar y decidió poner en conocimiento de Compact únicamente las versiones no confidenciales de la demanda y de la réplica. Ordenó asimismo que las partes no comunicaran a Compact las informaciones que fueran calificadas de confidenciales.

18. Mediante auto de 6 de febrero de 1991, el Tribunal de Justicia ordenó que las observaciones de la Comisión no fueran comunicadas a Compact más que en su versión no confidencial, presentada por la Comisión.

19. *Goldstar, parte demandante,* solicita al Tribunal de Justicia que:

— Anule el Reglamento nº 112/90 del Consejo, de 16 de enero de 1990, en la medida en que afecta a la demandante.

— Condene en costas al Consejo.

20. El *Consejo, parte demandada,* solicita al Tribunal de Justicia que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

21. Mediante escritos presentados en la Secretaría del Tribunal de Justicia el 21 de diciembre de 1990 y el 25 de febrero de 1991, la Comisión y Compact, partes coadyuvantes, apoyaron las pretensiones del Consejo.

22. El Tribunal de Justicia, visto el informe del Juez Ponente y oído el Abogado General, decidió iniciar la fase oral sin previo recibimiento a prueba.

III. Motivos y alegaciones de las partes

1. *Primer motivo: ventas realizadas en el curso de operaciones comerciales normales o que permiten una comparación válida*

23. *Goldstar* alega que el Consejo ha infringido la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, por cuanto no ha admitido que los modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616 vendidos en el mercado coreano durante el período de la investigación no fueron vendidos en el marco de operaciones comerciales normales y no permitían una comparación válida. El valor normal de estos modelos se hubiera debido fundar no en los precios aplicados en el mercado, sino sobre el valor calculado.

24. Según Goldstar, la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base exige que las ventas en el mercado interior hayan tenido lugar en cantidades suficientes para poder servir de base al valor normal y que este mercado sea representativo, de manera que pueda decirse que las ventas corresponden a operaciones comerciales normales o permiten una comparación válida. Esta exigencia implica que el volumen de las transacciones realizadas en el mercado interior debe ser de suficiente cuantía para permitir una comparación válida con las exportaciones. Las Instituciones comunitarias consideran que esta exigencia queda satisfecha cuando el volumen de dichas transacciones alcanza el nivel de 5 % de las ventas a la exportación con destino a la Comunidad.

25. Según Goldstar, las Instituciones comunitarias han cometido en este caso un error de apreciación manifiesta al elevar esta práctica del 5 % al rango de una norma jurídica general autónoma, que excluye todos los demás factores de apreciación, dado que este principio del 5 % no proporciona más que un índice entre otros para satisfacer lo que exige la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base. Esta disposición exige no solamente que el volumen de las ventas en el mercado interior sea de suficiente cuantía en relación con el volumen de las exportaciones, sino también que dichas ventas sean lo bastante cuantiosas en términos absolutos.

26. Goldstar señala que las mismas Instituciones han reconocido la existencia de una doble exigencia en el Reglamento (CEE) nº 1698/85 del Consejo, de 19 de junio de 1985, por el que se establece un derecho antidumping definitivo sobre las importaciones de máquinas de escribir electrónicas originarias de Japón (DO L 163, p. 1), en el que

el Consejo consideró que «el mercado japonés no es demasiado estrecho, tanto en términos relativos como absolutos, para ser tomado como base de comparación». Se impone esta manera de proceder si se tiene en cuenta el cuarto considerando del Reglamento de base, según el cual los precios interiores no se deben tener en cuenta cuando, sea cual fuere la razón, no proporcionen una base apropiada. La cuestión de si las ventas interiores constituyen dicha base para la determinación de la existencia de dumping no se refiere tanto a la relación entre las ventas a la exportación y las realizadas en el mercado interior sino más bien a las características de las ventas interiores en sí mismas.

27. Goldstar precisa a este respecto que las ventas interiores de productos por debajo de un determinado umbral nacional mínimo deben considerarse insignificantes y no constituyen una base apropiada para la determinación de la existencia de un dumping. Ahora bien, estas ventas no proporcionan una base semejante cuando el mercado interior es en sí mismo demasiado reducido.

28. Goldstar considera que la necesidad de tener en cuenta las dimensiones y características del mercado interior viene confirmada por el apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, que se refiere a las ventas efectuadas «en el curso de operaciones comerciales normales en el mercado interior» y que permite recurrir al beneficio obtenido por «otros productores o exportadores» por las «ventas lucrativas de productos similares» en dicho mercado.

29. En el presente caso, las características y dimensiones del mercado coreano no permiten tomar las ventas de Goldstar en dicho mercado como base de comparación. Durante el período de investigación, el volumen total de las ventas interiores se limitaba a 5.000 unidades. Un mercado tan exiguo es de naturaleza inmadura y testifica que los precios todavía no están regidos forzosamente por la ley de la oferta y la demanda. Este carácter inmaduro está confirmado por el hecho de que había pocas producciones en lengua coreana registradas en discos. Ello ha tenido la consecuencia de que los precios en el mercado coreano permanecieron artificialmente estables en 1986 y 1987 y que los RDC eran allí considerablemente más caros que en la Comunidad.

30. En estas circunstancias, el Consejo y la Comisión incurrieron en un manifiesto error de apreciación al negarse a aceptar una excepción al principio del 5 % y al no sacar las consecuencias adecuadas de la situación que reinaba en el mercado coreano. Goldstar considera, además, que el Consejo ha infringido el artículo 190 del Tratado CEE, porque no ha presentado ninguna justificación respecto a la razón por la que las ventas de que se trataba habían de considerarse realizadas en el curso de operaciones comerciales normales y permitían una comparación válida.

31. Este error de apreciación y esta falta de motivación alcanzan también al hecho de que el Consejo no ha excluido los modelos GCD 603, GCD 605 y GCD 606 de la determinación del dumping. La venta de estos modelos en el mercado interior no permitía una comparación válida para la determinación del valor normal, ya que la fabricación de estos modelos se había interrumpido antes del período de la investigación. Esta consideración se impone más si consideramos que se trata de ventas en cantidades insignificantes de modelos agotados en un mercado apenas creado.

32. El *Consejo* observa, en primer lugar, que el objetivo de las letras a) y b) del apartado 3 del artículo 2 es procurar que el valor normal corresponda al verdadero valor comercial del producto de que se trate, sin que dicho valor sea falseado por distorsiones artificiales. Dicha disposición impone al efecto dos condiciones distintas que Goldstar parece confundir.

33. Es preciso, en primer lugar, que las ventas en el mercado interior se realicen en el curso de operaciones comerciales normales. Esta condición se aplica a la transacción considerada en cuanto tal e implica la exclusión de ventas que no sean libremente negociadas, es decir, las ventas respecto a las cuales el precio fijado no refleja los intereses comerciales normales del vendedor y del comprador. El Consejo señala que Goldstar no discute que los precios facturados para los GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616 vendidos en Corea eran precios negociados libremente que permitían ventas con beneficios. Dichas ventas se han realizado, por consiguiente, en el curso de operaciones comerciales normales.

34. La letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base requiere, en segundo lugar, que las ventas en el mercado interior permitan una comparación válida. Esta exigencia se aplica a los precios de venta considerados desde el punto de vista del mercado. A este respecto, se trata de saber si el precio libremente negociado es un precio verdaderamente representativo. Esta representatividad del precio implica que se alcance un determinado volumen de ventas. El Reglamento de base no fija por sí ningún umbral que permita determinar dicho volumen, de manera que las Instituciones se han encargado de hacerlo recurriendo a la práctica del 5 %. Según el Consejo, esta práctica, que refuerza la seguridad jurídica, ha sido sancionada explícitamente por el Tribunal de Justicia en la sentencia de 5 de octubre de 1988, Canon/Consejo (asuntos acumulados 277/85 y 300/85, Rec. p. 5768).

35. La aplicación de este principio basta para determinar el carácter representativo de los precios en el mercado interior. El apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base no impone por tanto ni un examen de las ventas efectuadas en dicho mercado en términos absolutos ni un análisis del volumen del mercado interior. Un examen cuantitativo en términos absolutos chocaría, por otra parte, con la dificultad de encontrar un criterio fiable. A este respecto, es significativo que la parte demandante no proponga ninguno.

36. Respecto al análisis del volumen del mercado interior, el Consejo sostiene que la representatividad exigida por el apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base se remite a los precios de venta y a los márgenes individuales practicados por los propios exportadores afectados y no se refiere a los mercados. El volumen de estos mercados no tiene importancia, por lo tanto, con tal que se cumpla el criterio del 5 %.

37. Por otra parte, un mercado de 5.000 unidades es realmente considerable en comparación con las 34.000 unidades exportadas, teniendo en cuenta el hecho de que sólo había pocos discos compactos en lengua coreana y que los precios de los RDC permanecían artificialmente estables en 1986 y 1987.

38. Por último, el Consejo considera que los precios de los modelos GCD 603, GCD 605 y GCD 606 podían ser tenidos en cuenta para calcular el valor normal, in-

cluso si estos modelos hubieran sido producidos antes del período de la investigación. En efecto, el apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base sólo hace referencia a las ventas y no concede ninguna importancia al momento de la producción.

39. En opinión de *Compact*, las ventas de RDC eran lo bastante importantes en el mercado coreano y la cuota de dicho mercado dominada por Goldstar era lo bastante importante como para evidenciar un mercado representativo que correspondía a operaciones comerciales normales y ofrecía una base válida para el cálculo del valor normal.

40. Compact precisa que el volumen del mercado coreano durante el período de investigación superaba las 5.000 unidades vendidas. En esta época el mercado coreano alcanzaba las 20.000 unidades aproximadamente. Semejante mercado es lo bastante representativo, incluso si sigue siendo limitado en comparación con el mercado comunitario. Compact considera al respecto que es enteramente normal un desajuste en el tiempo por lo que se refiere al desarrollo de los dos mercados.

41. La cuota de dicho mercado dominada por Goldstar oscilaba durante el período de la investigación entre 20 y 30 %. Al mismo tiempo Goldstar disfrutaba de su fuerte posición en el sector de los aparatos eléctricos en general.

42. El hecho de que los modelos GCD 603, GCD 605 y GCD 606 ya no se fabricasen en 1986 y 1987 no tiene, según Compact, ninguna importancia. Cualquier modificación menor de un producto se acompaña de un número nuevo del modelo. Los productos siguen siendo similares.

43. La *Comisión* observa que, para determinar el valor normal, el Reglamento de base se refiere, en primer lugar, a los precios aplicados por el exportador en el mercado interior. No puede recurrirse a los otros métodos más que si estos precios no pueden utilizarse. Se presenta dicha situación cuando no son representativos a causa de un débil volumen de ventas en el mercado interior.

44. La práctica del 5 %, sancionada por el Tribunal de Justicia en la citada sentencia Canon/Consejo, ofrece un indicio válido para determinar si el volumen de las ventas constituye una base fiable para la determinación del valor normal. Esta práctica, que permite garantizar una cierta seguridad jurídica a los exportadores, no constituye, sin embargo, una norma jurídica a la que no cabe poner excepciones. La Comisión considera que, en el caso de autos, no hay ninguna razón que justifique dicha excepción. Las ventas de Goldstar equivalen, en efecto, al 10 % del mercado coreano y eran, pues, considerables. Además, los precios aplicados a estas ventas no eran excesivos, dado que seguían la tendencia general del mismo mercado.

45. El argumento de Goldstar de que sólo cabe referirse a los precios del mercado interior si dicho mercado es comparable al mercado comunitario no se conforma con el sistema de Reglamento de base. Las circunstancias que afectan la comparabilidad de los precios practicados en los dos mercados deben tomarse en consideración en el examen regulado por los apartados 9 y 10 del artículo 2 del Reglamento de base. Si se tuvieran en cuenta estas circunstancias para la determinación del valor normal, se beneficiaría a los exportadores de los pequeños

países en relación con los de los países más importantes.

46. La Comisión no ve por qué las ventas a partir de stocks no constituyen operaciones comerciales normales, tal como las define el cuarto considerando del Reglamento de base. Este género de ventas corresponde a una práctica comercial enteramente normal.

2. *Segundo motivo: determinación del margen de beneficios para el valor calculado*

47. *Goldstar* estima que el Consejo ha infringido la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base al determinar el valor calculado del modelo GCD 613 por referencia a los márgenes de beneficios ponderados conseguidos en relación con los precios de venta de los modelos GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616 aplicados en el mercado coreano durante el período de la investigación. Estos márgenes serían inutilizables por dos razones.

48. En primer lugar, el margen de beneficios tenido en cuenta por el Consejo para el GCD 613 estaba basado en ventas en el mercado interior que no habían tenido lugar en el curso de operaciones comerciales normales y que no permitían una comparación válida con las ventas a la exportación.

49. En segundo lugar, el Consejo no ha interpretado la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base a la luz del apartado 4 del artículo 2 del Código antidumping de 1979, según el cual el aumento por los beneficios no será superior, por regla general, al beneficio habitualmente obtenido en la venta de productos de la misma categoría en el mercado interior del país de origen. Esta disposición se refiere de este modo a la situación general en dicho mercado y no hace ninguna referencia al beneficio obtenido en las ventas del exportador individual de que se trata. De ahí se sigue que el margen de beneficio individual del exportador afectado no puede utilizarse cuando sea superior al beneficio generalmente realizado en el mercado interior.

50. Goldstar considera que su análisis del inciso ii) de la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base está confirmado por la sentencia del Tribunal de Justicia de 5 de octubre de 1988, Canon/Consejo, antes citada. En los correspondientes asuntos, el Tribunal de Justicia no ha querido decir que para el cálculo del valor normal habría que aplicar siempre un margen de beneficios calculado a partir de las ventas interiores de un exportador dado, puesto que, en aquellos casos, los beneficios obtenidos por Canon no eran desproporcionados con el mercado interior en el que otros exportadores alcanzaban márgenes de beneficios semejantes. Goldstar señala, además, que, según la sentencia de 5 de octubre de 1988, Silver Seiko/Consejo (asuntos acumulados 273/85 y 107/86, Rec. p. 5927), apartado 18, el valor calculado para dos empresas, TEC y Sharp, correspondía al más débil de los márgenes conseguidos por otras empresas cuyas ventas en el mercado interior se realizaron en el curso de operaciones comerciales normales que permitían una comparación válida.

51. Goldstar deduce de todo ello que, para determinar el margen de beneficios, el Consejo hubiera debido referirse a los beneficios conseguidos en las ventas interiores por los otros fabricantes coreanos, porque los beneficios alcanzados en las ventas de los GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616 no correspondían a la situación normal de los beneficios en el mercado interior.

52. El *Consejo* observa que ya ha rebatido el argumento de Goldstar fundado en la falta de representatividad de las ventas de estos modelos en el mercado coreano. Respecto a la interpretación del inciso ii) de la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, el Consejo estima que el apartado 4 del artículo 2 del Código antidumping de 1979 sólo establece una regla general, cuya elaboración y aplicación se dejan a la interpretación de las autoridades competentes de las partes contratantes del GATT.

53. Además, las motivaciones en que se funda el Código antidumping de 1979 y del Reglamento de base corroboran la interpretación según la cual el Código exige que la investigación se refiera a exportadores particulares, lo que supone evidentemente que se determine el valor normal sobre una base individual. Esta manera de proceder protege igualmente de manera eficaz a los productores afectados, porque garantiza que cada empresa será juzgada en función de sus propias características y evita que las prácticas de dumping apreciadas en un fabricante afecten a otro fabricante que no practique el dumping.

54. Según el Consejo, la manera de proceder sobre bases individuales es conforme a las sentencias del Tribunal de Justicia de 5 de octubre de 1988 en los asuntos de las máquinas de escribir electrónicas mencionadas. Especialmente, según el apartado 18 de la citada sentencia Silver Seiko/Consejo, no se determinaron márgenes de beneficios individuales para TEC y Sharp porque dichas empresas no habían realizado ventas en el mercado interior, a diferencia de Goldstar en el presente caso.

55. El Consejo llama además la atención del Tribunal de Justicia sobre el hecho de que su práctica reglamentaria ha seguido siempre el planteamiento de una referencia preferencial a los márgenes de beneficios obtenidos por un exportador individual y se remite, a este respecto, sobre todo al apartado 21 de los considerandos del Reglamento (CEE) nº 3651/88 del Consejo, de 23 de noviembre de 1988, por el que se establece un derecho antidumping definitivo sobre las importaciones de impresoras de percusión de matriz de puntos en serie originarias de Japón (DO L 317, p. 33).

56. Por último, en la medida en que Goldstar afirma que sus márgenes de beneficio eran demasiado elevados para ser representativos, el Consejo señala que el Reglamento de base no exige que los márgenes de beneficios sean representativos, sino únicamente que lo sean las ventas y los precios, que son los elementos decisivos que han de compararse para determinar el eventual margen de dumping.

57. *Compact* observa que Goldstar es responsable de su propia estrategia comercial y, por consiguiente, del nivel de sus beneficios. Este nivel depende sobre todo de la posición de conjunto de Goldstar en el mercado coreano. Ahora bien, Goldstar es omnipresente en todos los sectores de los aparatos domésticos eléctricos y electrónicos y dispone de una red de ventas cautiva. Por ello es muy verosímil que los costes de venta de todos estos productos, incluidos los RDC, sean notablemente más bajos y los beneficios considerablemente más altos que los de otros fabricantes coreanos especializados en alguno de estos sectores.

58. En tales circunstancias, la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base obligaba a las Instituciones comunitarias a referirse a los márgenes de beneficios alcanzados por la propia Goldstar. En efecto, antes de considerar el beneficio alcanzado por otros exportadores en el país de origen —hecho censurado por los demandantes en los asuntos relativos a las máquinas de escribir electrónicas—, dichas Instituciones deben considerar los márgenes de beneficios alcanzados por el fabricante individual en sus ventas, si tales datos son disponibles, fiables y utilizables, como sucedía en el presente caso.

59. Según la *Comisión*, el apartado 4 del artículo 2 del Código antidumping de 1979 no proporciona ningún argumento a favor de la tesis de Goldstar. Y ello es así debido al contexto contractual en el que procede colocar esta disposición. El GATT y el Código antidumping de 1979 son acuerdos entre Estados. El artículo VI del GATT y el Código se remiten, por consiguiente, a relaciones entre Estados. Esta consideración se impone con mayor fuerza si se considera que las disposiciones en materia de dumping constituyen una excepción a uno de los principios fundamentales del GATT, el principio de trato de la nación más favorecida. El apartado 4 del artículo 2 del Código antidumping de 1979 se refiere, pues, a la situación de un mercado de una parte contratante.

60. De todas formas, el apartado 2 del artículo 8 del Código antidumping establece que la comprobación de una práctica de dumping y la imposición de derechos antidumping en concreto se referirán, en la medida de lo posible, a proveedores individuales. La aplicación concreta del apartado 4 del artículo 2 del Código antidumping se remite, por consiguiente, a un proveedor individual.

3. *Tercer motivo: cálculo del margen de beneficios para la determinación del valor calculado de los modelos vendidos a los compradores OEM en la Comunidad*

61. *Goldstar* alega que el Consejo ha infringido el inciso ii) de la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base, en la medida en que el valor calculado de los modelos vendidos a los compradores OEM se ha determinado valorando el margen de beneficios aplicable en un 30 % del margen de beneficios aplicable a las ventas de productos de marca. A este respecto, Goldstar precisa, en primer lugar, que la utilización de márgenes de beneficios conseguidos sobre las ventas de los GCD 603, GCD 605, GCD 606 y GCD 616 constituye en sí misma una infracción de esta disposición, como quedó demostrado al exponer el segundo motivo.

62. Goldstar observa a continuación que la principal imputación que plantea en el marco del presente motivo radica en el hecho de que no existe ninguna base de hecho o de Derecho que permita fundar el margen de beneficios, para la determinación del valor calculado de las ventas a los OEM, en el beneficio relativo al valor calculado de las ventas de productos de marca. Esta imputación se funda en cuatro razones.

63. En primer lugar, no existe ningún vínculo entre los gastos y los beneficios correspondientes a las ventas de productos de marca y los relativos a las ventas a los OEM. Los OEM constituyen una clientela completamente especial, lo que supone, en primer lugar, que los gastos de venta son considerablemente inferiores a los relativos a las ventas de productos de marca; las ventas a los OEM no necesitan ni los importantes gastos publicitarios que requieren las

ventas de los productos de marca ni los esfuerzos para la venta que normalmente se despliegan para promover las ventas de estos productos. Además, los otros gastos generales y costes administrativos son normalmente menos elevados para las ventas a los OEM, en razón de las economías de escala que se realizan sobre un volumen de ventas habitualmente mayor que el de ventas de productos de marca.

64. Goldstar precisa que estas diferencias de costes deben tenerse en cuenta al determinar el valor normal. Verdad es que los apartados 9 y 10 del artículo 2 del Reglamento de base prevén un ajuste para esta categoría de gastos, pero este ajuste no se practica hasta un estadio posterior del procedimiento, es decir, cuando se comparan el valor normal y el precio a la exportación.

65. Aparte de estas diferencias de costes, existe también una distinción fundamental entre las ventas a los OEM y las ventas de productos de marca según el margen de beneficios. Para la determinación de los precios de venta a los OEM, el fabricante no puede sacar ninguna ventaja de la reputación de su marca. En estas circunstancias, la competencia sobre los precios es predominante y determinante para los beneficios que pueden alcanzarse en el mercado de los OEM.

66. Por consiguiente, las particularidades propias de las ventas a los OEM suponen que el margen de beneficios alcanzado sobre dichas ventas no puede determinarse en función del margen conseguido en el contexto diferente de las ventas de productos de marca. Por tanto, el Consejo ha cometido un error manifiesto en la apreciación de los hechos.

67. En segundo lugar, el porcentaje de 30 % que ha fijado es arbitrario. A este respecto, el Consejo no puede fundarse en su experiencia adquirida en el asunto de las impresoras de percusión de matriz de puntos en serie originarias de Japón (Reglamento nº 3651/88), en el que comprobó una relación de uno a tres en función de beneficios, en lo relativo a las ventas a los OEM y las ventas de productos de marca. Este argumento, planteado por el Consejo por primera vez ante el Tribunal de Justicia, no explica de ningún modo por qué habría de suponerse la misma proporción respecto a los RDC, que son productos por completo diferentes.

68. En tercer lugar, la manera de proceder el Consejo en el presente asunto está en contradicción con su práctica anterior. En los asuntos de las fotocopiadoras de papel ordinario originarias de Japón [Reglamento (CEE) nº 535/87 del Consejo, de 23 de febrero de 1987, DO L 54, p. 21] y de los magnetoscopios originarios de Japón y de Corea del Sur [Reglamento (CEE) nº 501/89 del Consejo, de 27 de febrero de 1989, DO L 57, p. 55], el Consejo, a falta de un mercado interior de OEM, calculó un valor normal incluyendo en él un margen de beneficios único de 5 % para todas las sociedades afectadas. Este sistema de un margen de beneficios a tanto alzado fue seguido también por la Comisión en el asunto de los pequeños aparatos receptores de televisión en color originarios de la República de Corea [Reglamento (CEE) nº 3232/89 de la Comisión, de 24 de octubre de 1989, DO L 314, p. 1].

69. El principio que se ha de deducir de estos asuntos es que no existe ningún vínculo entre los márgenes de beneficios sobre las ventas por el fabricante de los productos de

su propia marca y los márgenes de beneficios de las ventas a los OEM y que, por consiguiente, el mismo margen a tanto alzado debe aplicarse a todas las empresas que intervengan en el mercado nacional, en los casos en que ninguna de dichas empresas haya realizado ninguna venta a través de los OEM en dicho mercado. A este respecto, la alegación del Consejo en el sentido de que el margen de beneficios utilizado en estos asuntos constituía un porcentaje superior al 30 % del margen de beneficios alcanzado en las ventas por las empresas de productos de marca no puede aplicarse al caso.

70. Lo mismo sucede respecto a la alegación del Consejo en el sentido de que las Instituciones aplican el Reglamento de base en cada caso en función de sus elementos propios. En opinión de Goldstar, este razonamiento hace pensar que nunca puede invocarse un precedente en los asuntos antidumping y que las Instituciones comunitarias no están obligadas a proceder de forma coherente. Además, el hecho de que dichas Instituciones hayan juzgado oportuno aplicar un porcentaje uniforme de 5 % en diferentes sectores de diferentes países (los pequeños televisores en color coreanos y las fotocopiadoras japonesas en papel ordinario) demuestra claramente que se trata de una práctica administrativa.

71. En cuarto lugar, la Comisión ha violado el principio de igualdad ante la Ley, tal como ha sido reconocido por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia (sentencias de 19 de octubre de 1977, Ruckdeschel, asuntos acumulados 117/76 y 16/77, Rec. p. 1753; y de 19 de octubre de 1977, Moulins Pont-à-Mousson, asuntos acumulados 124/76 y 20/77, Rec. p. 1795). Este principio exige que una diferenciación entre situaciones comparables esté fundada en factores objetivos.

72. Según Goldstar, todos los fabricantes coreanos se encuentran en situaciones perfectamente similares, en la medida en que ninguno de ellos ha vendido RDC a compradores OEM en el mercado interior. Cada fabricante coreano debía, por lo tanto, colocarse en condiciones similares a la hora de calcular el margen de beneficios para el valor calculado de las ventas a OEM. Por consiguiente, el Consejo ha violado el principio de igualdad aplicando porcentajes de beneficio diferentes a fabricantes que se encontraban exactamente en la misma situación.

73. El *Consejo* observa que ya explicó, en el marco de su razonamiento relativo al segundo motivo de Goldstar, que el margen de beneficio calculado para el GCD 613 podía utilizarse perfectamente.

74. El Consejo considera a continuación que las cuatro razones propuestas por Goldstar para fundamentar su tercer motivo no son válidas. Respecto a la primera razón, el Consejo alega que existe un vínculo entre las ventas de productos con la marca del fabricante y las ventas a los OEM, tanto en lo referente a los costes como a los beneficios. En efecto, al tratarse de los mismos productos para los dos tipos de venta, los costes de producción son necesariamente similares. Por la misma razón, existe una relación entre los gastos a que dan lugar las ventas a los OEM y las ventas a los consumidores ordinarios. El Consejo precisa, a este respecto, que determinadas diferencias que podrían existir eventualmente entre los gastos relativos a los dos tipos de venta pueden ajustarse, con arreglo a los apartados 9 y 10 del artículo 2 del Reglamento de base, para permitir una comparación entre el precio a

la exportación y el valor normal. El Consejo rechaza, por último, la alegación de Goldstar en el sentido de que las ventas a los OEM se refieren a cantidades mayores y permiten realizar economías de escala. Se ha comprobado en el mercado japonés, por ejemplo, que gran número de clientes compran cantidades de productos bastante pequeñas.

75. Por lo que respecta a los beneficios, el Consejo precisa que nunca ha pretendido que Goldstar fijara necesariamente el margen alcanzado en las ventas a los OEM en función del margen conseguido respecto a las ventas efectuadas con su propia marca. Simplemente hay un vínculo entre los dos márgenes, especialmente cuando se comprueba que los márgenes de beneficios no se determinan independientemente de consideraciones relativas a los costes, que son más o menos idénticos en las ventas a los OEM y en las que se efectúan con una marca. Además, la competencia en el mercado OEM no se realiza únicamente respecto a los márgenes de beneficio, sino también respecto a los costes de producción y especialmente sobre la productividad. De ahí se sigue que los fabricantes pueden controlar perfectamente sus márgenes de beneficios, tanto en el mercado de los OEM como en el mercado de los productos de marca.

76. El Consejo alega, respecto a la segunda razón, que nunca ha declarado que los beneficios derivados de las ventas a los OEM representaran siempre el 30 % de los beneficios producidos por las ventas de los productos de marca. El Consejo juzga cada caso en función de sus características propias, sin que esta política excluya la adopción de análisis comparables ante situaciones comparables.

77. En el presente caso, el Consejo ha juzgado que el 30 % reflejaba la relación entre el margen de beneficios relativo a las ventas a los OEM y el margen correspondiente a las ventas de productos de marca. En esta apreciación, el Consejo ha tenido en cuenta su experiencia adquirida en el asunto de las impresoras de percusión de matriz de puntos en serie (véase el citado Reglamento nº 3651/88), en el que se comprobó una misma relación entre los dos márgenes. En estas circunstancias, no cabe imputar al Consejo el haber fijado de una manera arbitraria el porcentaje del 30 %.

78. Tampoco puede acusársele de haber actuado de manera incoherente, como pretende Goldstar al desarrollar la tercera razón de su motivo. El Consejo repite que su práctica ha sido siempre juzgar cada caso en función de sus propias características, lo que ha hecho en este caso. Esta práctica es por completo coherente, toda vez que trata de manera similar casos que presentan una semejanza en lo que se refiere a los hechos esenciales.

79. Ahora bien, los hechos de los asuntos a los que se refiere Goldstar (véase el punto 67 del presente informe para la vista) difieren considerablemente de los del presente caso. En dichos procedimiento, las Instituciones han resuelto que los márgenes de beneficios para los productos vendidos por las sociedades con su propia marca en el mercado interior eran de 14,6 % en el caso de fotocopiadoras de papel ordinario, de 7 a 14 % en el de los pequeños aparatos receptores de televisión en color y de 8 a 12 % respecto a los magnetoscopios. Estas cifras no son comparables en absoluto al margen de beneficios que se alcanza sobre las ventas realizadas por Goldstar con su marca en el mercado coreano.

80. De hecho, en los citados asuntos, el margen del 5 % representaba casi siempre un porcentaje de los beneficios conseguidos por las sociedades sobre las ventas de productos de marca, que era mucho más elevado que el 30 % estimado para Goldstar en el presente asunto. Si el Consejo hubiera adoptado en este caso el mismo planteamiento que en aquellos asuntos, habría debido estimar un porcentaje todavía más elevado del margen de beneficios conseguido por Goldstar en la venta en Corea de sus productos de marca.

81. Por último, respecto a la cuarta razón relativa al principio de igualdad, el Consejo considera que las semejanzas a las que se refiere la demandante no vienen al caso en modo alguno. El hecho de que los fabricantes coreanos no vendan a los OEM en Corea es una condición de aplicación de la tercera frase del inciso ii) de la letra b) del apartado 3 del artículo 2 del Reglamento de base y no tiene ningún impacto sobre los márgenes de beneficios. La única semejanza que podría llevar a la aplicación de márgenes de beneficios comparables sería que las sociedades obtuvieran beneficios comparables sobre los productos vendidos con su marca. Ahora bien, la demandante no ha hablado de semejanza a este respecto.

82. Según *Compact*, existe un vínculo entre las ventas a los OEM y las ventas de productos de marca, dado que las ventas a los OEM se justifican principalmente por el deseo del fabricante de aumentar el volumen total de sus ventas y bajar así los costes unitarios. La rentabilidad en el campo de los productos de su marca se aumenta por tanto mediante las ventas a los OEM. Compact precisa que la competencia en el sector de los OEM no se sitúa generalmente a precios inferiores y con menores beneficios que los obtenidos en las ventas del exportador con su propia marca. A causa de la competencia que los OEM hacen a los productos de marca, los precios y los beneficios demasiado bajos en las ventas a los OEM perjudicarían las ventas del exportador con su propia marca.

83. Compact observa, además, que el margen de 30 % estimado por el Consejo es una cifra muy favorable para Goldstar, porque el margen de beneficios en las ventas a los OEM no es diferente sustancialmente de los márgenes conseguidos en las ventas de productos de marca. Hay una cierta diferencia entre los márgenes, respecto a los gastos de publicidad, pero el margen para las ventas a los OEM depende principalmente del precio de mercado, de los costes de venta en general y de la capacidad de negociación del vendedor en relación con el comprador. Compact observa, respecto a este último aspecto, que Goldstar, en su calidad de una de las tres grandes sociedades en el mercado coreano de la electrónica y los electrodomésticos, dispone de una posición muy fuerte.

84. Compact alega, además, que las Instituciones no están vinculadas por un planteamiento que hayan seguido en anteriores procedimientos antidumping. Toda comparación con la decisión comunitaria en los asuntos de las fotocopiadoras de papel ordinario es errónea, por lo tanto. Por otra parte, el mercado de los equipos para oficina es totalmente diferente del de los RDC.

85. La *Comisión* observa, en primer lugar, que el Reglamento de base no establece que se determinen valores normales diferentes en función de las variaciones de los precios en el tiempo o en función de los distintos tipos de ventas. Por lo tanto, las Instituciones gozan de una facultad discrecional para ajustar los valores normales en este sentido. En el presente caso, han fijado un valor normal distinto para las ventas a los OEM hipotéticos en el mercado coreano, estimando un margen de beneficios considerablemente inferior al conseguido en la venta de productos de marca.

86. La Comisión considera que la utilización de un margen del 5 % que propone Goldstar estaría fuera de toda proporción con los beneficios que dicha sociedad hubiera podido alcanzar si hubiera vendido a los OEM en el mercado coreano. Además, las Instituciones juzgan cada caso de dumping con total objetividad y a la luz de los propios hechos, lo que excluye que un caso deba necesariamente ser apreciado de la misma manera que un caso precedente.

P.J.G. Kapteyn
Juez Ponente