

REGLAMENTO (CEE) Nº 3262/90 DE LA COMISIÓN

de 5 de noviembre de 1990

por el que se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de cintas de audio en casetes originarias de Japón, de la República de Corea y de Hong Kong

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea,

Visto 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 Económica Europea ⁽¹⁾ y, en particular, su artículo 11,

Previas consultas en el seno del Comité consultivo previsto en dicho Reglamento,

Considerando lo que sigue :

A. PROCEDIMIENTO

(1) En noviembre de 1988, la Comisión recibió una denuncia por escrito presentada por el Consejo Europeo de la Federación de Fabricantes de Productos Químicos (CEFIC), en nombre de fabricantes cuya producción colectiva de cintas de audio sobre bobinas y en casetes constituía la mayor parte de la producción comunitaria de los productos de que se trata. La denuncia incluía elementos de prueba de la existencia de dumping de los productos originarios de Japón, de la República de Corea (Corea) y de Hong Kong y del consiguiente perjuicio importante, que se consideraron suficientes para justificar la apertura de un procedimiento.

En consecuencia, la Comisión comunicó, a través de un anuncio publicado en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas* ⁽²⁾ la apertura de un procedimiento antidumping relativo a las importaciones en la Comunidad de cintas de audio sobre bobinas y en casetes de los códigos NC 8523 11 00, originarias de Japón, Corea y Hong Kong, e inició una investigación.

(2) La Comisión informó oficialmente a los exportadores e importadores cuyo interés en el asunto era conocido, a los representantes de los países de exportación y a los denunciantes y ofreció a las partes directamente afectadas la oportunidad de dar a conocer sus puntos de vista por escrito y de solicitar ser oídas.

(3) Todos los exportadores coreanos de que se tiene noticia, la mayoría de los exportadores japoneses, algunos de los de Hong Kong y la totalidad de los productores comunitarios denunciantes dieron a conocer sus puntos de vista por escrito. Una serie

de importadores también dio a conocer su punto de vista.

(4) La Oficina Europea de las Uniones de Consumidores (OEUC) expresó sus puntos de vista por lo que se refiere a los intereses de los consumidores en este procedimiento.

(5) La Comisión recogió y verificó toda la información que consideró necesaria para llegar a una determinación preliminar y llevó a cabo investigaciones en los locales de las empresas siguientes :

a) *Productores comunitarios*

AGFA Gevaert AG, Munich, Alemania,
BASF Aktiengesellschaft, Ludwigshafen, Alemania,
Suma, Gien, Francia.

Todos estos productores comunitarios son miembros del CEFIC.

b) *Productores/exportadores japoneses*

TDK, Tokio, Japón,
Maxell, Tokio, Japón,
Fuji Film, Tokio, Japón,
Denon Columbia, Tokio, Japón.

c) *Productores/exportadores coreanos*

Goldstar Co., Seúl, Corea,
Saehan Media Co., Seúl, Corea,
Sunkyong Magnetic Ltd (SKM), Séúl, Corea,
Sungnam Ltd, Seúl, Corea,
Nakayama, Seúl, Corea ⁽³⁾.

d) *Productores/exportadores de Hong Kong*

Swire Magnetics (HK) Ltd, Hong Kong,
Yee Keung Industrial Company Ltd, Hong Kong,
Magnetic Enterprise Ltd, Hong Kong,
Forward Electronics Ltd, Hong Kong,
Tomei Magnetics Ltd, Hong Kong.

e) *Importadores de la Comunidad*

Goldstar Deutschland GmbH, Ratingen, Alemania,
TDK, Electronics Europe GmbH, Ratingen, Alemania,
TDK Recording Media Europe GmbH, Ratingen, Alemania,

⁽¹⁾ DO nº L 209 de 2. 8. 1988, p. 1.

⁽²⁾ DO nº C 11 de 14. 1. 1989, p. 9.

⁽³⁾ Documentos verificados en las instalaciones TDK en Tokio.

Maxell GmbH, Ratingen, Alemania,
 Denon Columbia GmbH, Ratingen, Alemania,
 Fuji Film, Ltd, Londres, Reino Unido,
 TDK UK Ltd, Croydon, Reino Unido,
 Maxell UK Ltd, Londres, Reino Unido,
 Sunkyong Europe Ltd, Londres, Reino Unido,
 Maxell Netherlands BV, Amsterdam, Países Bajos,
 Sunkyong Netherlands BV, Amsterdam, Países Bajos.

- (6) La Comisión solicitó y recibió detalladas observaciones escritas y orales por parte de los productores comunitarios representados por el denunciante, de los exportadores citados y de una serie de importadores y verificó la información facilitada hasta donde consideró necesario.

Sin embargo, uno de los productores comunitarios representados por el denunciante facilitó la información requerida unos dos meses después de la expiración del plazo, alegando que el retraso se había debido a problemas internos de gestión. Estas razones no se aceptaron como motivo razonable; en cualquier caso no se tuvo en cuenta esta información puesto que su consideración hubiera perjudicado el desarrollo adecuado de este procedimiento.

Uno de los productores comunitarios, representado por el CEFIC, es una filial de fabricación de otro productor comunitario. Por lo tanto, se ha considerado que estas dos empresas constituyen un único productor comunitario independiente.

Un exportador japonés no facilitó información alguna en relación con el valor normal, limitándose a exponer cuestiones relacionadas con el perjuicio. Por consiguiente, la Comisión formuló sus conclusiones sobre el dumping sobre la base de los datos disponibles, de conformidad con lo dispuesto en la letra b) del apartado 7 del artículo 7 del Reglamento (CEE) nº 2423/88.

Al iniciarse el período de investigación una empresa de Hong Kong (Tomei Magnetics) trasladó toda su producción de casetes de audio a la República Popular China y cerró sus instalaciones de producción en Hong Kong, por lo que fue excluida de la investigación.

- (7) Debido al elevado número de partes interesadas que se ven afectadas y las numerosas ampliaciones de plazo solicitadas por determinados exportadores, el límite de tiempo para la conclusión de la investigación fue superior al período normal de doce meses.
- (8) La investigación del dumping cubrió el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 1988 (período de investigación).

B. EL PRODUCTO CONSIDERADO, PRODUCTO SIMILAR Y SECTOR ECONÓMICO COMUNITARIO

1. Producto considerado

- (9) El anuncio de apertura de este procedimiento anti-dumping se refiere a un producto conocido con el nombre de cinta de audio sobre bobinas o en casetes. Sin embargo, la investigación puso de relieve que las cintas de audio sobre bobinas y en casetes son en realidad dos productos diferentes debido a sus diferencias en características físicas y utilización.

- (10) Las cintas de audio sobre bobinas son bobinas de cinta magnética de gran diámetro. Estas bobinas se utilizan en el proceso de fabricación de casetes de audio y se cargan en determinada longitud en un cartucho de plástico que forma, cargado de esta manera, una casete de audio.

Por lo tanto, las cintas de audio colocadas sobre estas bobinas son productos semiacabados, que alcanzan generalmente 1/3 del valor del producto acabado, la casete de audio. Cualitativamente, son productos esenciales puesto que contienen el dispositivo que permite la grabación del sonido y normalmente se venden a empresas bobinadoras o a montadoras de casetes de audio.

- (11) Por el contrario, la casete de audio es el producto acabado, utilizado generalmente por consumidores finales en grabadores o reproductores de cinta con objeto de grabar o reproducir sonidos de cualquier origen acústico.

- (12) Aunque la denuncia se refiere a cintas de audio sobre bobinas o en casetes como si se tratase de un producto a los efectos de este procedimiento, la investigación puso de relieve que sus características físicas y utilización, sus canales de distribución, la percepción del cliente y sus mercados son diferentes. Por consiguiente, es necesario considerarlos como dos productos diferentes. El presente Reglamento de la Comisión se refiere únicamente a las cintas de audio en casetes.

- (13) Por lo que respecta a las casetes de audio, existen varios modelos que difieren en calidad, en longitud de cinta, revestimiento de la misma o diseño del cartucho.

No obstante, todos estos modelos de casetes de audio poseen las mismas características físicas básicas, aplicación, utilización y la misma percepción del consumidor y canales de distribución.

Las posibles diferencias de calidad, longitud de cinta, revestimiento o diseño carecen realmente de importancia ante la similitud de características y funciones, que les otorga un elevado nivel de intercambiabilidad desde el punto de vista del consumidor.

- (14) Por el contrario, las casetes de audio que presentan importantes diferencias físicas en tamaño, componentes y utilización, tales como microcasetes, casetes sin fin para contestadores automáticos,

casetes de ordenador o casetes de cinta de audio digital (DAT) no son productos similares a las casetes de audio descritas anteriormente y, por consiguiente, quedan excluidas de la presente investigación.

Por consiguiente, a los efectos del presente Reglamento, por cintas de audio en casetes se entenderán las casetes de audio de una longitud de 100 milímetros, una altura de 64 milímetros y una profundidad de 12 milímetros y con una tolerancia de ± 1 milímetro.

2. Producto similar

- (15) La investigación puso de relieve que, a pesar de pequeñas diferencias en longitud de cinta, revestimiento, diseño o calidad, los diversos tipos de casetes de audio vendidos en el mercado japonés, coreano y de Hong Kong son en general similares entre sí y similares a las casetes de audio exportadas de estos países a la Comunidad y, por consiguiente, han de ser consideradas como productos similares.

Del mismo modo, además de las pequeñas diferencias posibles, las casetes de audio exportadas de Japón, Corea y Hong Kong a la comunidad son similares en todos los aspectos a las casetes de audio producidas en la Comunidad.

3. Sector económico comunitario

- (16) Durante el período de investigación, la comisión observó tres categorías de productores de un producto similar en la Comunidad:

- los montadores que son principalmente filiales de fabricación de los exportadores japoneses y, por consiguiente, deben ser excluidos del sector económico comunitario, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 5 del artículo 4 del Reglamento (CEE) nº 2423/88, puesto que están relacionados con los exportadores sujetos al presente procedimiento;
- los montadores independientes;
- los productores comunitarios en cuyo nombre se presentó la denuncia.

Una vez excluidos los montadores relacionados, que son filiales de los exportadores, los denunciantes fabricaban más del 80 % de la producción total restante de la Comunidad del producto similar y, por consiguiente, constituyen una proporción importante de la producción comunitaria total.

C. VALOR NORMAL

1. Valor normal basado en los precios practicados en el país de exportación

a) Consideraciones generales

- (17) En general, la mayoría de los modelos de casetes de audio de los exportadores se vendieron en cantidades suficientes y a precios que permitieron la recuperación de la totalidad de los costes asignados

razonablemente en el curso de operaciones comerciales normales en el mercado interior. En consecuencia, el valor normal se determinó provisionalmente sobre la base de los precios medios ponderados interiores de estos modelos de casetes de audio. Estos precios eran netos de todos los descuentos y reducciones vinculados directamente a las ventas de casetes de audio.

En los casos en los que el volumen de tales ventas era inferior al umbral establecido por la Comisión en casos anteriores en un 5 % del volumen de las exportaciones de estos modelos a la Comunidad, la Comisión consideró que tales ventas no eran suficientes para ser representativas y determinó el valor normal sobre la base del valor calculado.

b) Descuentos y reducciones

- (18) Varios exportadores japoneses y coreanos alegaron que el valor normal establecido de la forma anteriormente expresada se debería reducir en relación con los descuentos y reducciones ofrecidos a sus clientes en el mercado interior.

- (19) No obstante, no se permitió la deducción de tales descuentos y reducciones del precio interior medio ponderado en los casos en que no se facilitaron elementos de prueba suficientes para demostrar la relación entre la reducción y las ventas de que se trata.

- (20) Un exportador japonés solicitó a este respecto que el valor de diversos artículos gratis (por ejemplo, fichas, fotografías, etc.) que se empaquetan y se venden con las casetes de audio en el mercado interior como incentivo para que el consumidor las adquiera, se debería considerar como una reducción y debería ser deducido del precio interior de los productos de que se trata. Esta alegación no fue aceptada puesto que, dado el carácter de los artículos de que se trata, su coste se consideró como gastos de promoción para los que no corresponde realizar ajustes, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 2 del Reglamento (CEE) nº 2423/88.

- (21) Del mismo modo, el importe total de las reducciones deducidas del precio interior se ajustó de la misma manera para un exportador coreano, puesto que la reducción exigida se calculó sobre la base del volumen de negocios total de este exportador y, por lo tanto, debía ser reducido a la proporción de ventas de casetes de audio únicamente.

c) Modelos agrupados en series

- (22) Un exportador japonés agrupó las ventas de modelos similares vendidos en el mercado interior y comunicó un precio medio ponderado de ventas que no se correspondía con precisión a los precios de los modelos específicos de que se trata. Esta agrupación de modelos en series también se aplicó a la información solicitada en relación con los márgenes de beneficio, los costes de producción y los cuadros comparativos de modelos.

Posteriormente, el exportador afectado informó a la Comisión de que no podía basarse en estas agrupaciones de modelos y en los precios medios ponderados como fuente de datos fiables para el cálculo del valor normal, y, después de que tuviera lugar la visita de verificación, presentó un documento en el que se indicaban los costes individuales de producción de algunos de los modelos específicos vendidos en el mercado interior.

Dado que esta declaración de costes de producción individuales no coincide con los costes de producción comunicados por series y verificados, y puesto que esta declaración se refiere a modelos que se han vendido en escasísimas cantidades, y algunos de ellos con pérdidas, la Comisión consideró oportuno hacer caso omiso de esta información para sus conclusiones provisionales.

En consecuencia, el valor normal se basó en el precio medio ponderado de los modelos agrupados en series que se vendieron en cantidades suficientes en el mercado interior.

2. Valor normal basado en el valor calculado

a) Consideraciones generales

- (23) En todos los casos en los que no se realizaron ventas, o éstas fueron insuficientes, en el mercado interior de un modelo de casete de audio que sirviera para efectuar una comparación directa con el vendido para su exportación a la Comunidad, o en los que modelos que sirvieran para realizar una comparación directa con los vendidos para su exportación a la Comunidad se vendieran en cantidades importantes durante el período de investigación en el mercado interior a precios que no permitiesen la recuperación, en el curso de operaciones comerciales normales y durante el período de investigación, de la totalidad de los costes razonablemente asignados, el valor normal se determinó sobre la base de un valor calculado de cada modelo.

Este valor calculado se determinó sobre la base de los costes, tanto fijos como variables, en el país de origen, de los materiales y la fabricación de los modelos vendidos en el mercado interior incrementados en un importe razonable por los gastos de venta, los gastos administrativos, los gastos generales y el beneficio, sacados de las cuentas auditadas del exportador de que se trata y debidamente asignados sobre la base del volumen de negocios del modelo que se investiga.

b) Subcontratación

- (24) Por lo que respecta a dos exportadores coreanos que actúan exclusivamente en calidad de subcontratistas de empresas japonesas para la producción y exportación de casetes de audio a la Comunidad y no venden el producto similar en el mercado interior de Corea, el valor normal se calculó mediante la adición de la totalidad de los costes, tanto fijos como variables, de los materiales y la fabricación, más la media ponderada de los gastos

de venta, generales y administrativos y el beneficio obtenido por los demás productores y exportadores coreanos en ventas interiores rentables de casetes de audio.

- (25) En los casos en los que la investigación puso de manifiesto que eran las empresas japonesas las que sufragaban los costes de fabricación o los gastos generales que debían haber sufragado los subcontratistas coreanos en relación con la fabricación de casetes de audio, esos costes se añadieron a los producidos en Corea.

c) Gastos de venta, generales y administrativos

- (26) Por lo que respecta a los importes de los gastos de venta, los gastos generales y los demás gastos administrativos, se calcularon teniendo en cuenta los gastos efectuados por el productor en sus ventas en el mercado interior de modelos comparables, en el caso de que la Comisión estuviese convencida de que reflejaban los gastos reales para los modelos vendidos en el mercado interior.

En todos los demás casos, tales gastos se calcularon en relación con los gastos efectuados por otros productores en ventas rentables del producto similar en los mercados japonés, coreano y de Hong Kong, respectivamente.

- (27) Un exportador japonés alegó que los ingresos obtenidos por un sector independiente de la empresa, responsable exclusivamente de las inversiones financieras, deberían deducirse de los costes de producción de casetes de audio. Sin embargo, la Comisión rechazó esta deducción con objeto de que reflejasen exactamente los costes de las inversiones en el sector de la producción de casetes de audio. Es evidente que los ingresos obtenidos no tenían relación alguna con la fabricación de casetes de audio.
- (28) Por lo que respecta a la asignación de costes, en particular la asignación de los gastos de venta, los gastos administrativos y los demás gastos generales, éstos se asignaron normalmente, en los casos en que se consideró oportuno, en proporción al volumen de negocios de cada modelo de la investigación. En aquellos casos en los que la asignación de estos costes no se efectuó sobre la base del volumen de negocios, el importe que se debía asignar se calculó sobre la base de la práctica contable del productor, en los casos en que la Comisión creía que se utilizaba un método razonable para los costes concretos de que se trataba.
- (29) En el caso de un exportador japonés, la investigación puso de manifiesto que el volumen de negocios facilitado en relación con alguno de los modelos objeto de la investigación no constituía una base fiable para la asignación de los gastos de venta, los gastos generales y los gastos administrativos, puesto que este volumen de negocios incluía también las ventas de otros modelos diversos. Por lo tanto, la Comisión consideró oportuno asignar estos gastos mediante la consignación de los gastos totales de venta, los gastos administrativos y los

gastos generales en el sector de casetes de audio de la sociedad en porcentaje de los costes totales de fabricación en este sector. Este porcentaje se aplicó posteriormente a los costes de fabricación y a los costes generales fijos para llegar al coste de producción de los modelos en cuestión.

d) Beneficios

- (30) El beneficio se calculó en relación con los beneficios obtenidos por cada uno de los productores interesados en sus ventas en el mercado interior de modelos comparables, en el caso de que la Comisión estuviese convencida de que reflejaban los beneficios reales obtenidos en estas ventas. En aquellos casos en los que no se efectuaron ventas rentables suficientes de determinados modelos, el incremento de beneficio que se debía incluir en el valor calculado se basó en los beneficios medios ponderados obtenidos por otros exportadores en Japón, Corea y Hong Kong, respectivamente, de sus ventas rentables en el mercado interior.

D. PRECIO DE EXPORTACIÓN

1. Consideraciones generales

- (31) Durante el período de investigación, y en relación con los productos de cada exportador, la Comisión verificó al menos el 70 % de todas las transacciones. Se consideró que esta cantidad era representativa de la totalidad de las transacciones efectuadas por estos exportadores durante el período de investigación.
- (32) Por lo que se refiere a las exportaciones efectuadas por productores japoneses, coreanos y de Hong Kong directamente a importadores independientes en la Comunidad, los precios de exportación se determinaron sobre la base de los precios realmente pagados o pagaderos por los productos vendidos.
- (33) En otros casos, las exportaciones se efectuaron a sociedades filiales que importaron los productos en la Comunidad. En tales casos, a la vista de la relación existente entre exportador e importador, se consideró oportuno que los precios de exportación se calcularan sobre la base de los precios a los que el producto importado se revendió al primer comprador independiente, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 8 del artículo 2 del Reglamento (CEE) nº 2423/88.

Los descuentos y reducciones fueron deducidos del precio al cliente independiente. Se realizaron los ajustes oportunos para tener en cuenta todos los gastos que se habían producido entre la importación y la reventa, sufragados normalmente por un importador, incluido un margen razonable de gastos generales y beneficios.

2. Tipo de cambio

- (34) Para los exportadores coreanos, todas las transacciones de exportación se expresaron en moneda coreana convertida a partir de los dólares USA

mencionados en las facturas. Estos exportadores indicaron que la Comisión debería utilizar un tipo de cambio basado en una media anual con objeto de computar los precios de exportación. Dado que la moneda coreana sufría fluctuaciones significativas durante el período de referencia, la Comisión consideró necesario que, para el cómputo de los precios de exportación, se utilizase la tasa media mensual atribuida a los exportadores y no cuestionada por éstos.

3. Gastos de venta, generales y administrativos

- (35) En los casos en que fue necesario calcular el precio de exportación y, por consiguiente, realizar ajustes para todos los costes efectuados entre la importación y la reventa, estos costes se repartieron en función del volumen de negocios.
- (36) Los costes y el volumen de negocios utilizados a este fin fueron, por regla general, los del último ejercicio financiero disponible del importador relacionado y, por consiguiente, se basaban en cuentas verificadas. En los casos en que el reparto de gastos de venta, administrativos y demás gastos generales no se realizó sobre la base del volumen de negocios, el importe que se debía repartir se calculó basándose en los datos contables disponibles relativos a los costes del exportador relacionados directamente con las ventas de que se trata.
- (37) Un importador, relacionado con un exportador japonés, alegó gastos generales y administrativos basados en un volumen de negocios que incluía actividades de tesorería ejercidas para otras filiales del grupo. La Comisión consideró que esta alegación no reflejaba los costes normales de aquel importador para los productos objeto de la investigación y no consideró la parte de la alegación relacionada con las transacciones financieras.
- (38) En el caso de varios importadores, la Comisión ajustó también el precio de exportación para tener en cuenta los gastos de publicidad correspondientes a las ventas efectuadas en la Comunidad, pagados o reembolsados por los exportadores japoneses o coreanos relacionados con estos importadores, de conformidad con lo dispuesto en la letra b) del apartado 8 del artículo 2 del Reglamento (CEE) nº 2423/88.

4. Beneficios

- (39) Con objeto de llegar a un precio de exportación neto franco frontera comunitaria, también se realizaron ajustes para tener en cuenta los derechos de importación en la Comunidad y un 5 % de beneficio sobre el volumen de ventas. La Comisión basó este 5 % de margen de beneficio en datos que solicitó y recibió de importadores independientes de casetes de audio. Se puso de manifiesto que el beneficio medio sobre las ventas de operadores independientes en este sector durante el período de investigación se podía estimar razonablemente en un 5 %.

A los efectos de esta investigación provisional, este porcentaje se aplicó consecuentemente a la totalidad de las ventas de los importadores relacionados a sus primeros compradores independientes en la Comunidad.

E. COMPARACIÓN

1. Consideraciones generales

- (40) Con objeto de efectuar una comparación equitativa entre el valor normal y el precio de exportación y de conformidad con lo dispuesto en los apartados 9 y 10 del artículo 2 del Reglamento (CEE) nº 2423/88, la Comisión tuvo en cuenta las diferencias que afectan a la comparabilidad de precios, tales como la diferencia en las características físicas y en los gastos de venta, en aquellos casos en los que se pudo demostrar la existencia de una relación directa de estas diferencias con las ventas consideradas. Todas las comparaciones se realizaron en la fase en fábrica.

2. Diferencias en las características físicas

- (41) Por lo que se refiere a las diferencias en las características físicas, el valor normal se corrigió en forma de un ajuste en el que se tenían en cuenta los efectos de estas diferencias en el valor de mercado del producto en el país de origen o de exportación.

A tal efecto, las diferencias de valor de mercado se determinaron sobre la base de las diferencias físicas significativas en términos de coste global de producción, incluida la proporción de gastos de venta, generales y administrativos y el margen de beneficio que se incluye normalmente en los precios de los modelos interiores utilizados para la comparación.

3. Diferencias en los gastos de venta

- (42) Por lo que se refiere a las diferencias en los gastos de venta, el valor normal y los precios de exportación se redujeron habida cuenta de las diferencias en las condiciones de crédito, garantías, comisiones, salarios abonados al personal de ventas, gastos de envasado, transporte, seguros, manipulación y gastos accesorios en aquellos casos en que se demostró que estos gastos estaban directamente relacionados con las ventas consideradas.

a) Remuneración del personal de ventas

- (43) Por lo que respecta a la remuneración del personal de ventas, varios exportadores japoneses y coreanos habían alegado costes del personal de ventas junto con costes destinados a otro tipo de personal, concretamente personal dedicado parcial o totalmente a tareas administrativas. Por consiguiente, el importe del ajuste ofrecido se estimó en cada caso sobre la base de los datos disponibles y se limitó a los salarios del personal consagrado íntegramente a las actividades de venta directa. En este contexto,

no se permitió la deducción de gastos de personal de ventas tales como gastos de coche o teléfono, puesto que estos gastos no formaban parte de sus salarios, sino que constituían una parte de los gastos generales de venta de los exportadores.

b) Ventas de exportación efectuadas en grandes cantidades

- (44) Por lo que respecta al margen de beneficios que se ha de añadir al coste de producción, un exportador coreano alegó que las ventas de exportación de casetes de audio procedentes de Corea a la Comunidad se efectúa sobre una base OEM (*original equipment manufacture*) y que, por consiguiente, habida cuenta de esta situación especial, la Comisión debía permitir un margen de beneficios reducido. Esta alegación se basaba en el hecho de que estas ventas de exportación se realizan ajustándose a especificaciones muy detalladas de clientes comunitarios tales como color, diseño, materiales, etiquetas, envasado, etc. Por otra parte, se trata fundamentalmente de ventas de fábrica con el propio nombre comercial del cliente que no incluyen gastos de distribución o publicidad y se efectúan en grandes cantidades.

- (45) Para establecer el valor normal calculado, en casos anteriores la Comisión ha aplicado generalmente un margen de beneficios reducido en los casos en los que se efectuaban ventas de exportación a clientes OEM en la Comunidad.

Por regla general, el objetivo de estas adquisiciones consistía en completar o sustituir la actividad de fabricación OEM de los fabricantes de equipo original puesto que estos productos se ofrecían a precios inferiores a su coste de producción en la Comunidad. Posteriormente, estos productos han sido revendidos en la Comunidad con el nombre comercial establecido de OEM, asumiendo la responsabilidad total de un fabricante por lo que se refiere a garantía, fianzas, servicio postventa, mantenimiento, suministro de piezas de repuesto y recambios. En consecuencia, se puede determinar claramente que el producto ha sido vendido por el OEM y se distingue de todos los demás productos del mismo tipo.

- (46) Por lo que respecta a los importadores de casetes de audio objeto de la investigación, no se demostró suficientemente el hecho de que los mencionados importadores adquirieran casetes de audio fabricados exclusivamente con arreglo a sus especificaciones y se ocuparan directamente, parcial o totalmente, de actividades de venta y de responsabilidades similares a las de un exportador a la Comunidad.

- (47) En consecuencia, la Comisión considera que estas ventas de exportación de Corea a la Comunidad no son ventas efectuadas sobre una base OEM y que en ningún caso se justifica que se tengan en cuenta diferencias de coste o beneficio.

c) *Ventas de exportación efectuadas a distribuidores exclusivos*

- (48) Un exportador japonés solicitó que se realizase un ajuste por costes indirectos de venta para que se tuviese en cuenta una supuesta diferencia comercial, puesto que alegaban que una proporción de sus ventas en la Comunidad se efectuaban a distribuidores exclusivos que compraban en grandes cantidades a precios inferiores a la media, mientras que sus ventas interiores se realizaban directamente a minoristas.

La Comisión examinó esta alegación y llegó a la conclusión de que no existían pruebas que la justificasen. Efectivamente, los elementos de prueba presentados no fueron suficientes para identificar de manera adecuada la exportación o el nivel comercial interior. El exportador afectado fue incapaz de mostrar una distinción clara en las cantidades vendidas, ni una diferencia nítida en política de precios, ni tampoco una estructura específica de precios que reflejasen las diversas funciones de los distribuidores en relación con otros clientes independientes. En consecuencia, no demostró satisfactoriamente que sus precios interiores y de exportación se encontraban en niveles comerciales diferentes ni que la supuesta diferencia afectase a la comparabilidad de precios.

F. MÁRGENES DE DUMPING

- (49) Puesto que los precios de exportación varían considerablemente, el valor normal de los modelos vendidos por los exportadores en el mercado interior se comparó con el precio de exportación de modelos comparables, analizado transacción por transacción. El examen preliminar de los hechos demuestra la existencia de dumping practicado por la mayoría de los exportadores de cintas de audio en casetes originarias de Japón, Corea y Hong Kong investigados. El margen de dumping equivale a la diferencia entre el precio normal establecido y el precio de exportación a la Comunidad. El margen de dumping varía según el exportador; los márgenes medios ponderados fueron los siguientes:

exportadores japoneses

Maxell :	80,20 %,
Fuji :	64,20 %,
TDK :	48,20 %,
Denon Columbia :	44,50 % ;

exportadores coreanos

Goldstar :	19,40 %,
Sunkyong Magnetic :	3,10 % ;

exportadores de Hong Kong

Yee Keung :	2,40 %,
-------------	---------

Magnetic Enterprise :	0,50 %,
Forward Electronics :	0,43 %.

- (50) En cuanto a los productores que no respondieron al cuestionario de la Comisión ni se dieron a conocer, el dumping se estableció basándose en los datos disponibles de acuerdo con el apartado 7 del artículo 7 del Reglamento (CEE) n° 2423/88. A este respecto, la Comisión consideró que el resultado de su investigación constituía la base más adecuada para determinar el margen de dumping. Si el margen de dumping establecido para estos productores fuese inferior al margen de dumping más elevado de Japón (80,2 %) y de Corea (19,5 %), podrían crearse ocasiones para eludir el pago del derecho. Por consiguiente, estos márgenes de dumping se consideran apropiados.

Por lo que respecta a los exportadores de Hong Kong, debe señalarse que la mayoría de las exportaciones de cintas de audio en casetes a la Comunidad no procedían de los exportadores que colaboraron en la investigación de la Comisión.

En vista de la gravedad de esta falta de colaboración, debe contemplarse la posibilidad de basar la investigación del dumping, en el caso de los exportadores que no colaboraron, en la diferencia entre el valor medio normal en Hong Kong y el precio medio de exportación, tal como aparece en las estadísticas de Eurostat para 1988, o bien en la información contenida en la denuncia. No obstante, debido a la relativamente pequeña cantidad de cintas de audio en casetes exportadas por Hong Kong a la Comunidad que aparecen en las estadísticas oficiales de 1988 y que, además, mezcla estas cintas con otros productos magnéticos, pareció conveniente asignar a esta categoría de exportadores el margen de dumping más elevado encontrado en Hong Kong, es decir, el 2,4 %.

- (51) Además, un productor japonés (Sony) no respondió a la parte del cuestionario de la Comisión que se refería al dumping y respondió sólo parcialmente a las preguntas relacionadas con el perjuicio. En esas circunstancias, se consideró que se crearía de nuevo una oportunidad para eludir el pago del derecho y que el hecho de sostener que el margen de dumping de este productor era inferior al margen más elevado establecido con respecto a los productores japoneses que cooperaron en la investigación podría constituir un aliciente para no cooperar. Por todo ello, y de acuerdo con la letra b) del apartado 7 del artículo 7 del Reglamento (CEE) n° 2423/88, conviene aplicar a esta empresa el margen de dumping más elevado.
- (52) Por lo que respecta a Saehan Media, Sungham, Nakayama, Tomei Magnetics y Swire, no se ha encontrado ninguna evidencia de dumping.
- (53) En cuanto a los márgenes de dumping encontrados en el caso de Magnetic Enterprise y Forward Electronics, y en vista de que estas empresas exportaron

pequeñas cantidades de cintas de audio en casetes, se decidió tratarlos como si no tuvieran importancia y justificaran la adopción de medidas de protección.

G. PERJUICIO

1. Acumulación

- (54) La Comisión consideró que los efectos de las importaciones japonesas, coreanas y de Hong Kong debían analizarse de manera acumulativa. De hecho, los productos exportados de cada uno de estos países eran similares en todo, intercambiables y se comercializaron en la Comunidad dentro de un período similar, compitiendo entre ellos y con las cintas de audio en casetes producidas en la Comunidad. En consecuencia, causaron un impacto similar y simultáneo en la industria comunitaria que debe valorarse conjuntamente.

Además, debe señalarse que, aunque la cuota de mercado de los exportadores de Hong Kong que cooperaron en el procedimiento es reducida, tampoco es insignificante.

2. Evolución del consumo en la Comunidad

- (55) El mercado comunitario ha experimentado un crecimiento continuo, pasando de 339 millones de unidades en 1985 a 439 millones de unidades en 1988, es decir, un 29 %. Aunque las cintas de audio en casetes son un producto relativamente maduro, el mercado todavía no está saturado, y se espera que crezca su consumo. El mercado del Reino Unido representa el 31 % del total del mercado comunitario, el alemán el 29 % y el francés el 15 %. Por lo tanto, estos tres países juntos representan el 75 % del consumo comunitario total.

3. Volumen y cuotas de mercado de las importaciones procedentes de Japón, Corea y Hong Kong que son objeto de dumping

a) *Volumen y cuotas de mercado de las importaciones japonesas objeto de dumping*

- (56) Las empresas japonesas vendieron en la Comunidad 233 millones de cintas de audio en casetes en 1985, 216 millones en 1986 y 276 millones en 1987. Durante el período investigado (1988), el volumen de ventas ascendió a 296 millones de unidades.
- (57) En 1985, se importaron de Japón 142 millones de unidades; en 1986, 113 millones y en 1987, 116 millones. Durante el período investigado (1988), el volumen de importaciones objeto de dumping fue

de 154 millones de unidades, es decir, un 8 % más que en 1985.

- (58) En 1985, los exportadores japoneses ya detentaban un 69 % de la cuota del mercado comunitario. Durante el período 1985-1987, siguieron el incremento del consumo global y mantuvieron su ya importante presencia en el mercado, ocupando una cuota del 68 % en 1988. Entre 1985 y 1988, la cuota de mercado de las importaciones objeto de dumping de cintas de audio en casetes procedentes de Japón pasó del 42 % al 35 %. No obstante, debe señalarse que durante este período los exportadores japoneses aumentaron la diversificación de sus fuentes de suministro al mercado comunitario. En 1985, el 61 % de las cintas de audio en casetes vendidas en la Comunidad se fabricaron en Japón, el 22 % en Corea y el 17 % en la Comunidad Europea; en 1988, únicamente el 51 % de las cintas se fabricaron en Japón, 17 % en Corea, 27 % en la Comunidad Europea y 5 % en otros países. Esta evolución es el resultado de los esfuerzos de las compañías japonesas para incrementar su propia producción o sus plantas de montaje en la Comunidad, en vez de exportar directamente.

b) *Volumen y cuotas de mercado de las importaciones objeto de dumping procedentes de Corea*

- (59) En 1985, se importaron de Corea 7 millones de cintas de audio en casetes; en 1986 se importaron 19 millones y, en 1987, 25 millones. Durante el período investigado, el volumen de las importaciones objeto de dumping fue de 51 millones de unidades, lo cual supone un incremento de 628,5 % en comparación con 1985.
- (60) Cuando los productores coreanos empezaron a exportar masivamente cintas de audio en casetes a la Comunidad, en 1985, lograron ocupar una cuota del 2 % en el mercado comunitario. En 1986, esta cuota aumentó al 6 % y, en 1988, supuso el 12 % del mercado total comunitario.

- (61) Aunque la cuota de mercado coreana no alcanzaba los niveles de la japonesa, hay que tener en cuenta que las importaciones coreanas están aumentando a gran velocidad. Además, están constituidas en gran parte por las cintas fabricadas en nombre de los exportadores japoneses y, por lo tanto, se venden en la Comunidad bajo una marca japonesa.

c) *Volumen y cuotas de mercado de las importaciones objeto de dumping procedentes de Hong Kong*

- (62) En 1985, se importaron de Hong Kong 4,9 millones de cintas de audio en casetes, en 1986 se importaron 4,5 millones, en 1987 5,5 millones y, durante el período de investigación, 7 millones.

(63) La cuota de mercado de los exportadores de Hong Kong permaneció estable entre 1985 y 1988, pasando del 1,5 % en 1985 al 1,6 % en 1988.

d) *Volumen y cuota de mercado del total de las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón, Corea y Hong Kong*

(64) El volumen de las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón, Corea y Hong Kong pasó de 154 millones de unidades en 1985 a 212 millones de unidades en 1988, es decir, un incremento del 38 %.

(65) La cuota del mercado de todos los exportadores que demostraron haber introducido estos productos a precio de dumping fue del 72 % en 1985 y pasó al 81 % en 1988. En cuanto a la cuota de mercado de las importaciones procedentes de países que incurrieron en dumping, pasó del 45 % al 48 % durante el mismo período.

4. Precio de las importaciones objeto de dumping

(66) La Comisión investigó la subcotización de los precios practicada por los exportadores japoneses, coreanos y de Hong Kong durante el período investigado. Ésta se examinó en relación con las ventas de los exportadores en los tres mayores mercados comunitarios: Reino Unido, Alemania y Francia, donde los exportadores vendieron el 75 % de las cintas que exportaron a la Comunidad.

La Comisión seleccionó en primer lugar cintas representativas de las distintas categorías comercializadas por los productores comunitarios. Después, seleccionó modelos representativos de las mismas categorías exportadas por Japón, Corea y Hong Kong y directamente comparables con los modelos de los productores comunitarios.

No obstante, debido a las características específicas del mercado, sólo se utilizaron para la comparación unos pocos modelos dentro de la gama de productos de los exportadores.

Esta selección se basó en los cuadros comparativos suministrados tanto por la industria comunitaria como por los exportadores, considerando que los modelos exportados seleccionados tenían al menos las mismas características especiales, o incluso más, que los modelos de la industria comunitaria con los que se compararon. Los modelos de la industria comunitaria seleccionados representaban gran parte de sus ventas en la Comunidad.

Estos modelos se compararon basándose en las ventas al primer cliente independiente en cada uno de los distintos canales de venta utilizados (distri-

buidor exclusivo, mayorista y minorista). El precio medio de venta de cada modelo exportado por Japón, Corea y Hong Kong se comparó después, en cada uno de los Estados miembros afectados, con el precio de los modelos correspondientes de la industria comunitaria. Se realizaron ajustes a fin de tener en cuenta las diferencias en los gastos y en los márgenes de beneficio siempre que no pudieran efectuarse comparaciones directas dentro de los mismos canales de venta. No se exigió ningún ajuste en relación con la diferencia de calidad, y los modelos seleccionados eran directa y totalmente comparables. Dadas las diferencias geográficas, la recomparación se restringió, cuando fue necesario, a menos Estados miembros o a menos modelos.

(67) Esta comparación trajo consigo unos resultados que variaron considerablemente según los exportadores:

— Por lo que respecta a los exportadores de Hong Kong y de Corea, todos los modelos investigados demostraron haber sufrido una significativa subcotización de sus precios. En el caso de los dos exportadores coreanos, esta subcotización fluctuaba entre un mínimo del 44 % y un máximo del 53 %. En cuanto al exportador de Hong Kong, la media era del 68 %.

— En el caso de los exportadores japoneses, la media ponderada de subcotización de los precios en el mercado comunitario fue del 6 %. Esta media reflejaba unas condiciones de mercado muy distintas según los países. En el Reino Unido y Francia (que representan la mitad del mercado comunitario), en donde el sector económico comunitario ya tenía una cuota de mercado baja, la subcotización de los precios no fue significativa. En cambio, en el mercado alemán, donde el sector económico comunitario seguía ocupando una amplia cuota de mercado, la subcotización media de los precios era del 11 %.

5. Otros factores económicos significativos

a) *Capacidad, tasa de utilización, producción y existencias*

(68) La capacidad productiva real del sector económico comunitario se situó entre los 110 millones de unidades en 1985 y los 154 millones de unidades en 1988. No obstante, durante este período, las compañías comunitarias que habían suministrado al mercado comunitario productos fabricados por sus empresas filiales fuera de la Comunidad redujeron continuamente su producción y la interrumpieron completamente durante el período de investigación, lo cual explica el incremento correspondiente de su capacidad de producción en la Comunidad.

(69) Pese a que se dejó de suministrar al mercado comunitario productos fabricados en el extranjero, la utilización de la capacidad de la industria comunitaria, que era del 100 % en 1985, pasó al 96 % en 1986, al 90 % en 1987 y únicamente al 77 % en 1988. Durante este período, las existencias del sector económico comunitario se han mantenido estables (20 millones de unidades en 1985, 19 millones de unidades en 1988), representando más del 20 % de las cintas de audio en casetes vendidas.

b) *Volumen y cuotas de mercado del sector económico comunitario*

(70) El número de cintas de audio en casetes fabricadas por el sector económico comunitario entre 1985 y 1988 aumentó ligeramente, pasando de 116 millones de unidades a 119 millones, mientras que las ventas descendieron un 8,5 %, pasando de 94 millones de unidades a 86 millones.

Esta evolución contrasta claramente con el incremento del consumo total en la Comunidad (29 %).

(71) Basándonos en las cantidades vendidas, descubrimos que la cuota de mercado pasó del 27 % en 1985 al 23 % en 1987, registrando otra caída sustancial en 1988, hasta el 19 %.

c) *Evolución de los precios*

(72) Se llevó a cabo una investigación detallada sobre los precios de las cintas de audio en casetes en la Comunidad partiendo de los precios de venta de los modelos vendidos por el sector económico comunitario y los exportadores afectados. En cuanto a la caída de los precios, se descubrió que los precios de todos los modelos descendieron una media ponderada del 12 % entre 1985 y 1988.

d) *Rentabilidad*

(73) La Comisión descubrió que las ventas del sector económico comunitario arrojaban a partir de 1985 un rendimiento negativo. Durante el período investigado, el sector económico comunitario cosechó unos resultados económicos ligeramente positivos y una rentabilidad global del 1,89 %. No obstante, este escaso margen sólo se logró porque, debido a la constante disminución de las ventas, el sector económico comunitario se había esforzado para recortar sus gastos y había centrado sus ventas en una gama de productos que siguen siendo suficientemente rentables. En consecuencia, el rendimiento positivo de las ventas durante el período de investigación no refleja una mejora del margen de beneficios, sino el constante descenso de sus ventas de cintas de audio en casetes no rentables.

e) *Empleo e inversión*

(74) Por lo que respecta al empleo, entre 1985 y 1988 se han perdido 680 puestos de trabajo en el sector económico comunitario. Esto representa una reduc-

ción del 23 % del personal empleado en este sector a lo largo de este período.

(75) En cuanto a la inversión, el sector económico comunitario ha reducido en un 20 % sus inversiones en la producción de cintas de audio en casetes entre 1985 y 1988.

6. Conclusión

(76) Para determinar si el sector económico comunitario está sufriendo un perjuicio importante a efectos del apartado 1 del artículo 4 del Reglamento (CEE) nº 2423/88, la Comisión ha tenido en cuenta los siguientes hechos :

— las importaciones de cintas de audio en casetes procedentes de Japón, Corea y Hong Kong han aumentado a un ritmo más rápido que el consumo global, pasando de 154 millones de unidades en 1985 a 212 millones en 1988, lo cual supone un incremento del 38 % ;

— la cuota de mercado de los exportadores que incurrieron en dumping aumentó un 10 %, frente al 3 % del total de las importaciones que fueron objeto de dumping ;

— los precios de venta en la Comunidad de los productores denunciados sufrieron un importante descenso entre 1985 y 1988 ;

— los productores comunitarios fueron incapaces de aumentar de manera significativa su producción entre 1985 y 1988, y sus ventas descendieron un 8,5 % durante este período, pese a un incremento del 30 % en el consumo total ;

— el rendimiento de las ventas del sector económico comunitario muestra entre 1985 y 1988 una tendencia negativa constante, que mejoró en 1988 gracias a la retirada de los modelos menos rentables ;

— estas medidas de racionalización trajeron consigo una pérdida de empleos en la Comunidad de aproximadamente el 23 % de la fuerza de trabajo empleada en la fabricación de cintas de audio en casetes entre 1985 y 1988.

(77) La pérdida de cuota de mercado ya mencionada, la caída de los precios, el margen insuficiente de beneficios y las pérdidas de empleo, han llevado a la conclusión, para las averiguaciones provisionales de la Comisión, de que el sector económico comunitario ha estado sufriendo un perjuicio importante de conformidad con lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 4 del Reglamento (CEE) nº 2423/88.

H. RELACIÓN DE CAUSALIDAD

1. Consideraciones generales

(78) A la hora de evaluar si las importaciones objeto de dumping han causado algún perjuicio importante al sector económico comunitario, es conveniente estudiar antes la situación general del mercado de cintas de audio en casetes en la Comunidad.

A este respecto, se ha observado que, en el extremo inferior del mercado, numerosos productos coreanos y de Hong Kong de bajo coste compiten, casi siempre sólo en el precio, con productos de una tecnología estándar similar que no presentan diferencias significativas en su diseño y calidad. La aparición y la rápida penetración de las exportaciones coreanas y de Hong Kong a la Comunidad, entre 1985 y 1988, han ocupado casi el 14 % del mercado comunitario y han de perjudicar necesariamente a los volúmenes, precios de venta y a las cuotas de mercado del sector económico comunitario.

Por otra parte, el sector económico comunitario tiene que competir simultáneamente con la posición cada vez más prominente de los exportadores japoneses en los sectores más altos del mercado. En estos sectores, la competencia se centra cada vez más en elementos que no tienen que ver con el precio, principalmente la marca de fábrica, comercialización y el diseño. De hecho, durante el período investigado, los exportadores japoneses estaban a la cabeza de este sector del mercado, en el que cualquier cambio significativo en el precio, la marca, el diseño y la comercialización de un modelo específico puede alterar decisivamente su capacidad de atracción si lo comparamos con otro modelo directamente competitivo. En realidad, en este sector los precios son sólo uno de los factores de la competencia, que se centra sobre todo en un reconocimiento del consumidor logrado a través de la producción y la comercialización.

2. Efecto de las importaciones objeto de dumping

- (79) Cuando investigó si el perjuicio importante sufrido por el sector económico comunitario era una consecuencia de los efectos del dumping descrito en los puntos 41 y 42, la Comisión descubrió que la creciente afluencia de importaciones japonesas, coreanas y de Hong Kong coincidía con una reducción significativa de la cuota de mercado y de la rentabilidad del sector económico comunitario, junto con una caída, una subcotización y una supresión de los precios de las cintas de audio en casetes producidas por el sector económico comunitario.

a) Efectos del volumen de las importaciones objeto de dumping

- (80) Entre 1985 y 1988, los exportadores que demostraron haber incurrido en dumping durante el período investigado incrementaron su cuota de mercado en la Comunidad, pasando del 72 % al 81 %, mientras que la cuota de mercado en el sector económico comunitario pasaba simultáneamente del 27 % al 19 %. Esto se debió a que el sector económico comunitario estaba siendo atacado por dos frentes: por una parte, el efecto de

las exportaciones japonesas, líderes en este sector, y, por otra, la rápida penetración de las exportaciones coreanas y de Hong Kong a bajo precio.

- (81) De hecho, entre 1985 y 1988, los exportadores japoneses lograron mantener sus cuotas de mercado predominantes, a la vez que diversificaban sus fuentes de suministro: durante este período, incrementaron su volumen de ventas lo suficiente como para mantener su presencia a un nivel de casi el 70 % del mercado comunitario; dado que tres de estos exportadores totalizan más del 60 % de la cuota de mercado, y que uno de ellos supone más de un tercio del total, influyen profundamente en las tendencias de este mercado en su condición de líderes.

Aunque estos exportadores han reducido sus importaciones procedentes de Japón y las han sustituido por productos suyos fabricados en otros países y en la Comunidad, las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón siguen siendo la principal fuente de suministro del mercado comunitario; dada su presencia predominante en el mercado, estas importaciones han afectado muy seriamente al sector económico comunitario.

- (82) En cuanto a los exportadores coreanos y de Hong Kong, penetraron rápidamente en el mercado comunitario entre 1985 y 1988 gracias a una estrategia basada exclusivamente en sus bajos precios, logrando una cuota de mercado de casi el 14 % durante el período investigado.

b) Efecto de las diferencias de precios

- (83) Gracias a los elevados beneficios logrados en su mercado interior protegido, los exportadores japoneses han podido financiar elevados gastos de comercialización y promoción en la Comunidad, con el fin de imponer una imagen de marca a los consumidores e incrementar su volumen de ventas, con lo cual se han convertido en líderes del mercado en todos los Estados miembros salvo uno. Además, reforzaron su posición de líderes gracias a las ventajas en los costes resultantes de las economías de escala realizadas gracias al creciente volumen de sus ventas objeto de dumping. Debe señalarse a este respecto que, durante el período investigado, se observó que una parte significativa de las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón se vendieron en la Comunidad a precios inferiores a sus costes de producción.

c) Efectos de los precios de las importaciones objeto de dumping

- (84) Como consecuencia, los exportadores japoneses practicaron una subcotización significativa de los precios en el único Estado miembro (Alemania) en el que el sector económico comunitario había podido conservar una amplia cuota de mercado. Esta subcotización llegó hasta el 18,5 %.

En cambio, en los demás Estados miembros (sobre todo el Reino Unido, Francia e Italia) en los que ya poseían una cuota de mercado predominante, los exportadores japoneses vendieron sus importaciones objeto de dumping a precios que forzaron al sector económico comunitario a vender sus productos a precios más bajos para poder retener su cuota de mercado.

- (85) Además, el sector económico comunitario tuvo que competir con los numerosos exportadores de Hong Kong y Corea, que penetraron rápidamente en el mercado comunitario gracias a un importante descenso de los precios entre 1985 y 1988 y practicaron durante el período investigado una amplia subcotización de los precios; en consecuencia, el sector económico comunitario no fue capaz de enfrentarse a esta otra fuente de competencia desleal.

d) Conclusión

- (86) Por consiguiente, no sólo la rentabilidad del sector económico comunitario se ha visto perjudicada por esta reducción forzada de los precios y por la contracción de su volumen de ventas, sino también por la pérdida de atractivo que han sufrido estos productos a ojos del consumidor; de hecho, se les ha considerado cada vez más como de calidad inferior a la de los productos japoneses, ya que, además del descenso de los precios, el sector económico comunitario carecía de los medios financieros necesarios para defender su imagen de marca y su acceso a los canales de distribución más reputados. Tampoco pueden invertir de manera suficiente en la promoción y el diseño de sus productos. Esta tendencia se aceleró debido a la reducción de las economías de escala causadas por la contracción de sus ventas.

- (87) Además, mientras el sector económico comunitario era cada vez más incapaz de defender un equilibrio en sus precios, marca, producto y comercialización (marketing mix) frente a las importaciones objeto de dumping procedentes de Japón, tampoco podía competir frente a los precios muy bajos de las importaciones objeto de dumping procedentes de Hong Kong y Corea sin arruinar definitivamente este equilibrio.

En consecuencia, el sector económico comunitario se ha visto ante un dilema y, exceptuando su buena posición en el mercado de casetes de cromo, ha sido considerada cada vez más como un « productor de baja calidad » con pocas posibilidades de competir con las importaciones japonesas objeto de dumping en su imagen de marca, promoción y diseño y con las coreanas y de Hong Kong en los precios.

3. Efectos de otros factores

a) Errores en la gestión

- (88) Los exportadores japoneses alegaron básicamente que la pérdida en la cuota de mercado sufrida por

el sector económico comunitario se debía a factores distintos del dumping.

- (89) Algunos exportadores japoneses alegaron asimismo que los productores comunitarios eran menos rentables que los suyos.

Debe señalarse, a este respecto, que esta rentabilidad es el resultado, en el caso de los exportadores japoneses afectados, de economías de escala conseguidas a través de unas ventas considerables objeto de dumping que se efectúan a menudo a precios inferiores a los costes de producción, tal como se ha señalado en el punto 81.

- (90) Se ha alegado asimismo que el sector económico comunitario no tenía una estrategia de comercialización adecuada, ya que su producción y sus ventas se centraban en las casetes de audio de cromo, mientras que las casetes más demandadas en la Comunidad eran las de ferro.

- (91) Sin embargo, no resulta tan evidente que el sector económico comunitario haya aplicado una estrategia de comercialización errónea al centrarse en la producción y la venta de casetes de cromo. En realidad, reaccionó de manera lógica ante el deterioro de sus ventas y de la rentabilidad de éstas causada por el dumping, concentrando su actividad en el sector concreto de los casetes de audio de cromo, en el que disfrutaban de beneficios razonables durante el período investigado.

b) Efecto de las importaciones que no son objeto de dumping y de las ventas de casetes de audio producidas en la Comunidad

- (92) Además del efecto de las importaciones objeto de dumping, la Comisión ha tenido en cuenta el de aquellas que no son objeto de dumping, así como el de las casetes producidas y vendidas en la Comunidad por las filiales de fabricación de los exportadores japoneses.

- (93) Con respecto a lo anterior, la Comisión acepta que estos otros factores han tenido un efecto negativo en el sector económico comunitario. No obstante, debe recordarse que este sector ya se encontraba en una posición frágil debido a las prácticas comerciales desleales de los exportadores mencionados, que esto la hizo más vulnerable ante la competencia de las importaciones que no fueron objeto de dumping y de las casetes producidas en la Comunidad.

4. Conclusión

- (94) En conclusión, el volumen de las importaciones objeto de dumping, su penetración en el mercado, los precios a los que se han vendido en la Comunidad y la subsiguiente pérdida en la cuota de mercado y en los beneficios sufrida por el sector económico comunitario han llevado a la Comisión a considerar que las importaciones objeto de dumping de cintas de audio en casetes, tomadas de forma aislada, están causando un perjuicio importante al sector económico comunitario.

I. INTERÉS COMUNITARIO

1. Consideraciones generales

- (95) El objetivo de los derechos antidumping es eliminar el dumping que está causando un perjuicio al sector económico comunitario y, por lo tanto, restablecer una situación de competencia abierta y leal en el mercado comunitario, situación que interesa a toda la Comunidad.
- (96) Aunque la Comisión reconoce que la imposición de derechos antidumping pueda afectar al nivel de los precios de los exportadores mencionados en la Comunidad y, en consecuencia, puede influir en la competitividad relativa de sus productos, no piensa que la competición en el mercado comunitario disminuya con estas medidas. Al contrario, la supresión de las ventajas desleales obtenidas mediante las prácticas de dumping tiene como objetivo evitar la decadencia del sector económico comunitario y, por consiguiente, contribuir a que siga existiendo una amplia gama de productos e incluso a que se refuerce la competencia.
- (97) La Comisión ha considerado y evaluado asimismo el efecto de los derechos antidumping en las cintas de audio en casetes procedentes de Japón, Corea y Hong Kong en relación con los intereses específicos del sector económico comunitario y de otras partes interesadas, incluidos los consumidores.

2. Interés del sector económico comunitario

- (98) En vista del considerable perjuicio sufrido por el sector económico comunitario, especialmente en términos de rentabilidad y de cuota de mercado, la Comisión considera que, si no se toman medidas frente a las importaciones objeto de dumping que son la causa del perjuicio, es muy probable que la producción plenamente integrada de la industria comunitaria desaparezca a corto plazo. Debe señalarse a este respecto que Agfa ha anunciado recientemente su retirada del sector y que su producción de cintas de audio y de vídeo en casetes va a ser asumida por BASF.
- (99) Un nueva contracción del sector económico comunitario podría poner en peligro varios miles de puestos de trabajo en esta industria o en otras suministradoras y relacionadas con ella.
- (100) Además, el hundimiento del sector podría afectar negativamente a la producción comunitaria de materias primas y de otros productos magnéticos relacionados con ella.

De hecho, la tecnología de las cintas de audio en casetes y la de una amplia gama de otros productos electrónicos están relacionadas. Cualquier pérdida registrada en la preparación técnica del sector de cintas de audio en casetes traería consigo una

pérdida global en el margen competitivo de todo el sector industrial relacionado con el sonido. Además, afectaría al desarrollo y a la explotación rentable de otras nuevas tecnologías en este sector, como por ejemplo las cintas de audio digitales (DAT) en casetes.

- (101) A esto debemos añadir que el mercado comunitario de cintas de audio en casetes todavía no está saturado y se espera que continúe su expansión. El sector económico comunitario puede responder a un eventual incremento de la demanda si restablece las condiciones normales de competencia y puede beneficiarse de los esfuerzos que ha realizado desde 1985 para racionalizar y reestructurar su capacidad de producción. No obstante, estas perspectivas se verían amenazadas si no se suprime el dumping practicado.

3. Interés de otras partes

- (102) Las asociaciones de consumidores han señalado que la imposición de derechos provocaría un aumento de los precios, reduciría la gama de elección de los consumidores y podría perjudicar a otros sectores económicos comunitarios.
- (103) En lo que se refiere a los consumidores, debe señalarse que no tienen derecho a seguir beneficiándose del efecto de las prácticas comerciales desleales. El objetivo de los derechos antidumping es evitar la desaparición del sector económico comunitario y mantener la gama de elección de los consumidores. El interés de los consumidores quedará protegido, ya que la eliminación de la competencia desleal podría llevar al refuerzo de las condiciones de competencia y a un descenso de los precios.

4. Conclusión

- (104) En conclusión, la Comisión considera, después de tener en cuenta los distintos intereses implicados, que la imposición de medidas en el presente caso restablecerá la competencia leal mediante la eliminación de los efectos perjudiciales de las prácticas de dumping.

La Comisión considera, por lo tanto, que conviene que la Comunidad adopte medidas antidumping en forma de un derecho antidumping provisional.

J. DERECHO

- (105) A la hora de calcular el importe del derecho necesario para acabar con el perjuicio, la Comisión tuvo que tener en cuenta que este perjuicio consiste principalmente en una pérdida considerable de ventas y una escasa rentabilidad: por consiguiente, es necesario que en el futuro las medidas adoptadas permitan al sector económico comunitario obtener beneficios razonables y contener el descenso de sus ventas.

- (106) El nivel del beneficio del sector económico comunitario se determina mediante dos factores: el volumen de sus ventas y el margen de beneficios obtenido de las mismas. Por consiguiente, el derecho provisional que se ha de establecer deberá hacer posible que el sector económico comunitario incremente sus precios y ventas hasta alcanzar el nivel necesario que le permita recuperar sus costes de producción y obtener un beneficio razonable.
- (107) Por lo que se refiere a su beneficio sobre las ventas, la Comisión consideró que el beneficio adecuado en este sector industrial y en circunstancias normales de actividad sería del 12 % [véase el Reglamento (CEE) nº 1768/89 del Consejo⁽¹⁾] Dado el reducido nivel actual de ventas y la escasa utilización de la capacidad (véase considerando 68), tal tasa de beneficio aplicada al nivel actual de ventas no sería suficiente para eliminar el perjuicio. Por lo tanto, la Comisión tuvo que tener en cuenta la insuficiencia global de beneficio causada por la reducción del volumen de negocios del sector económico comunitario, así como la disminución de los precios. En consecuencia, la Comisión calculó esta deficiencia de beneficios sobre la base del beneficio mínimo y de un volumen de negocios razonable para el sector económico comunitario (plena utilización de la capacidad). Al ponerse en relación este importe con el actual volumen de negocios se llevó a un incremento necesario de los precios del 17,36 % para el sector económico de la Comunidad. Con objeto de hacer posible que el sector económico comunitario elevase sus precios en este importe, los exportadores deberán incrementar sus precios en la misma proporción en conjunto.
- (108) Con objeto de tener en cuenta las diversas contribuciones de cada exportador al perjuicio dependiendo de su propio comportamiento comercial en la Comunidad, esta tasa media fue ajustada teniendo en cuenta los factores siguientes:
- el nivel relativo de precios de cada exportador en el mercado comunitario establecido a partir de una comparación de precios, en la fase cif franco frontera comunitaria, como en casos anteriores, de los modelos objeto de dumping de los exportadores con las casetes de audio producidas en la Comunidad en competencia directa;
 - el volumen relativo de importaciones objeto de dumping de cada exportador en relación con los demás.
- (109) El resultado de este cálculo, basado en las conclusiones provisionales de la Comisión, fue un margen de perjuicio para cada exportador, que representa su contribución individual al perjuicio total y que permite al sector económico comunitario incrementar sus precios para restablecer una situación favorable.
- (110) Para aquellas compañías que no respondieron al cuestionario de la Comisión, no se dieron a conocer por otros medios o se negaron a facilitar el pleno acceso a la información que la Comisión consideraba necesaria para verificar los registros de la empresa, la Comisión consideró oportuno imponer el derecho calculado más elevado, es decir, 22,3 % para los productos originarios de Japón, 19,4 % para los originarios de Corea y 2,4 % para los productos originarios de Hong Kong. Es evidente que sostener que los derechos para estos exportadores eran inferiores, aunque fuese mínimamente, a los derechos antidumping más elevados establecidos constituiría un aliciente para no cooperar.
- (111) Se deberá establecer un período durante el cual las partes afectadas podrán dar a conocer sus puntos de vista y solicitar ser oídas. Además, debe quedar claro que todas las averiguaciones realizadas a los efectos del presente Reglamento son provisionales y podrán reconsiderarse para establecer cualquier derecho definitivo que la Comisión pueda proponer.

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

1. Se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de cintas de audio en casetes pertenecientes al código NC ex 8523 11 00 (código Taric: 8523 11 00*00 originarias de Japón, la República de Corea o de Hong Kong.
2. El importe del derecho aplicable al precio neto franco frontera de la Comunidad, no despachado de aduana, será el siguiente:
 - a) 22,3 % para las cintas de audio en casetes originarias de Japón (código adicional Taric: 8487), con excepción de los productos fabricados y vendidos para su exportación a la Comunidad por las siguientes sociedades. Estas sociedades estarán sujetas al derecho mencionado a continuación:
 - Sony: 18,6 % (código adicional Taric: 8483),
 - Maxell: 18,5 % (código adicional Taric: 8484),
 - Fuji: 15 % (código adicional Taric: 8485),
 - Denon: 14,7 % (código adicional Taric: 8486);
 - b) 19,4 % para las cintas de audio en casetes originarias de la República de Corea (código adicional Taric: 8488), con la excepción de los productos fabricados y vendidos para su exportación a la Comunidad por la siguiente sociedad. Estas sociedades estarán sujetas al derecho mencionado a continuación.
 - Sunkyoung Magnetics Ltd (SKM: 3,1 %) (código adicional: Taric 8489);
 - c) 2,4 % para las cintas de audio en casetes originarias de Hong Kong (código adicional Taric: 8514).

(1) DO nº L 174 de 22. 6. 1989, p. 1.

3. No se aplicará ninguno de los derechos a que se refiere el apartado 2 a las importaciones de productos especificados en el apartado 1 y fabricados por las siguientes sociedades coreanas y de Hong Kong:

Saehan Media Co, Seúl (código adicional Taric: 8490),

Sungnam Ltd, Seúl (código adicional Taric: 8490),

Nakayama Ltd, Seúl (código adicional Taric: 8490),

Tomei Magnetics, Hong Kong (código adicional Taric: 8515),

Swine Magnetics, Hong Kong (código adicional Taric: 8515),

Magnetic Enterprise, Hong Kong (código adicional Taric: 8515),

Forward Electronics, Hong Kong (código adicional Taric: 8515).

4. A efectos del presente Reglamento, se entenderá por cintas de audio en casetes las casetes de audio con una longitud de 100 milímetros, una altura de 64 milímetros y una profundidad de 12 milímetros, con una tolerancia de ± 1 milímetro.

5. En el caso de que la sociedad exportadora no sea la misma que la sociedad productora, se impondrá el derecho aplicable a esta última.

6. Se aplicarán las disposiciones vigentes en materia de derechos de aduana.

7. El despacho a libre práctica en la Comunidad de los productos originarios de Japón, de la República de Corea o de Hong Kong mencionados en el apartado 1 estará supeditado a la constitución de una garantía por un importe igual al del derecho provisional.

Artículo 2

Sin perjuicio de lo dispuesto en las letras b) y c) del apartado 4 del artículo 7 del Reglamento (CEE) n° 2423/88, las partes interesadas podrán dar a conocer sus puntos de vista por escrito y solicitar ser oídas por la Comisión en el plazo de un mes a partir de la entrada en vigor del presente Reglamento.

Artículo 3

El presente Reglamento entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*.

Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 11, 12 y 13 del Reglamento (CEE) n° 2423/88, el artículo 1 se aplicará durante un período de cuatro meses, a menos que el Consejo adopte medidas definitivas antes de la expiración de dicho período.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 5 de noviembre de 1990.

Por la Comisión

Frans ANDRIESEN

Vicepresidente