

CPC N° 1277

ANT.: Denuncia de la Sociedad de Servicios  
Audiovisuales Profesionales Sound Color S.A.  
en contra de Andes Films S.A.  
Rol N° 519-03 FNE

MAT.: Dictamen de la Comisión.

SANTIAGO, 30 DIC 2003

1.- Con fecha 16 de mayo de 2003, la Sociedad de Profesionales Audiovisuales Sound Color S.A. (en adelante Sound Color), dedicada a la explotación de salas de cine, denuncia a Andes Films S.A. (en adelante Andes), empresa distribuidora de películas, por conductas atentatorias contra la libre competencia, lo cual, a su juicio, le ha ocasionado y ocasionará enormes pérdidas económicas, por lo que solicita a la Fiscalía Nacional Económica investigar los hechos, de acuerdo a lo que a continuación se expone.

2.- Sound Color posee multicines en Temuco y en Osorno, llamados Showtime. Desde la inauguración de las multisalas en el año 2000, la empresa pactó con Andes y con otras dos distribuidoras, UIP y Fox-Warner, la exhibición de películas. Las distribuidoras se obligaban a proporcionar a aquéllos cines que, como los de Sound Color, cuenten con la tecnología apropiada, copias de las películas estrenadas simultáneamente en Santiago.

3.- En octubre de 2002, Andes suspendió la entrega de películas de estreno a los cines de Sound Color en Osorno y Temuco, aduciendo no disponer de las copias necesarias. La denunciante atribuye esta situación a que una tercera empresa, Chile Films, inauguró un complejo de cines en Puerto Montt (ciudad esta última que, para

estos efectos forma una sola plaza o mercado con Osorno) y en Temuco. Hace presente que Chile Filmes posee el 50% de la propiedad de Andes; Chile Films y Andes son empresas controladas por el empresario don José Patricio Daire, quien fuera, en otra empresa, jefe del actual gerente de UIP.

4.- Con posterioridad, Sound Color amplió la denuncia, dirigiéndose ahora en contra de UIP por negativa de venta, pues con fecha 4 de junio de 2003, su gerente general le informó que, en adelante, no le proporcionará películas de estreno, lo que sí hará con Chile Films, competidor de Sound Color.

5.- Según la denunciante, el gerente de UIP, don Rodrigo Köstner, y el señor Daire, dueño de Chile Films, han estado relacionados en el negocio durante años debido a que el primero fue gerente de Video Chile, de propiedad de Chile Films. Esta, que es dueña del 50% de Andes, tiene un capital de más de \$15.000 millones, lo que la convierte en una instancia muy significativa de empleo y transacciones para empleados de cualquier distribuidora y personas vinculadas al mundo del cine, que en nuestro país es reducido. Agrega, como dato, que las bodegas de Andes y de UIP en Santiago comparten un único local.

6.- Sound Color, por otra parte, también alude a la Cámara de Comercio Cinematográfico (en adelante CCC), señalando que es una "organización creada por las tres grandes distribuidoras de películas..." para regular en forma unilateral el mercado, fijando precios de venta y condiciones de su negocio... (y) cuyo presidente es don Rodrigo Köstner, representante legal de la UIP". El directorio de la CCC está compuesto por el señor Köstner; por don Giovanni Gentili, representante y controlador de Andes, y por don Pedro Jux, representante de Fox-Warner.

7.- Según la denunciante, a los grandes exhibidores, como Cinemark o Hoyts, los distribuidores no les imponen las mismas condiciones económicas que a Sound Color. Sound Color adiciona que, en la especie, ha habido incumplimientos de acuerdos y cambios de última hora por parte de las distribuidoras denunciadas. Por ejemplo, en julio del 2002, cuando Andes iba a entregar a Sound Color la película Clase A del

momento, no lo hicieron porque la desviaron hacia los cines de Chile Films recién inaugurados en Antofagasta; Andes ha negado películas de estreno, o Clase A, a Sound Color en Temuco, donde, con seis meses de anticipación, esta empresa les había hecho publicidad no sólo con carteles y afiches sino también con sinopsis, lo cual tiene un costo (máquinas, técnicos, energía) para el exhibidor, tal como Andes le había impuesto. También se han negado películas Clase A a Osorno.

8.- UIP, en respuesta a lo sostenido por la denunciante, sostiene que los cines de Sound Color, contrariamente a lo que ésta afirma, no “cuentan con la tecnología apropiada”, mientras que Chile Films construyó, en Temuco, un moderno complejo de cinco salas, Cinemundo, por más de US\$ 3 millones, inaugurado en junio de 2003, y cuyas características no son comparables con las salas de cine de Sound Color, en cuanto a seguridad, tecnología ni instalaciones. Agrega que todas las copias de las películas se ponen en las mejores salas del país y una vez exhibidas se pasan al resto de los cines, en cruce o “move over”, a aquéllos que cobran entradas más baratas y en las cuales el distribuidor disminuye, consecuentemente, su participación. Siendo así, UIP considera que proporcionar a la plaza de Temuco dos copias de una misma película (una a Cinemundo, de Andes, y otra a Showtime, de Sound Color) no sería rentable para UIP, porque el público preferirá asistir al complejo nuevo.

9.- A lo expuesto por UIP, la denunciante lo controvierte señalando que con una inversión de \$1.200 millones refaccionó el antiguo cine de Temuco y en enero de 2000 inauguró un multicine con cinco salas, que posee tecnología de punta, sonido THX, boleterías con micrófonos, con gelatería, cafetería y confitería. Sostiene que este complejo es más seguro que la de su competencia, puesto que siempre fue sala de cine, está frente a la Plaza de Armas y en un primer piso, que da a la calle, de modo que el público no tiene que subir cinco pisos, como sucede en la multisala de Chile Films, en el edificio de Almacenes Paris. Añade Sound Color que, según antecedentes que obran en la Municipalidad de Temuco, la sala de Chile Films es riesgosa en caso de incendio. A respecto, la Municipalidad de Temuco informó que ambos cines, Cinemundo y Showtime cumplen con la normativa urbanística de las zonas donde están

emplazados. Cabe señalar que Cinemundo posee una capacidad de 1.100 asientos y Showtime tiene 508 asientos.

10.- La denunciante agrega que Chile Films es una empresa poderosa, tanto, que posee el único laboratorio de reproducción de copias de películas en América Latina, situado en Buenos Aires. Desde esa perspectiva, puede disponer prácticamente de inmediato de cualquier número de copias de una película que le sean requeridas, de manera que el número de copias ingresadas al país no es fijo ni inamovible.

### **Análisis de la Fiscalía Nacional Económica**

11.- Un estudio cinematográfico, o productor, puede hacer llegar al público la película de su producción por dos vías alternativas:

- a) a través de una empresa distribuidora de su propiedad, ya que hay distribuidoras asociadas a estudios (la propia UIP, objeto de denuncia por parte de Sound Color; Fox, Universal, MGM, Dreamworks, entre otras).
- b) por medio de una empresa distribuidora independiente, con la que el estudio pacta los derechos sobre el producto por uno, dos o más años, para que la exhiba en salas de cine (cartelera, o "35 mm") o en los sistemas DVD, vídeo o televisión.

12.- Existen dos tipos de películas, las Clase A, de gran arrastre masivo o "taquilleras", como Hulk ó Terminator, que se estrenan simultáneamente de Arica a Punta Arenas; y las Clase B, de "cruce" o "move over", menos comerciales, de las que, por esa razón, las distribuidoras traen menos copias. Las que aportan los ingresos principales de las salas de cine son las primeras, ya que el negocio se apoya en las temporadas de vacaciones estudiantiles de invierno y de verano.

13.- El distribuidor determina el número de copias de una película que contratará con el productor o estudio, para su distribución en Chile. El distribuidor se encarga de la importación de la película y de la campaña promocional de la misma en el país (la publicidad local corre por cuenta del cine). UIP declara que cada una de esas copias

cuesta alrededor de US\$3.000, por lo que una de las claves del negocio del distribuidor consiste en determinar con acierto el número de copias de una película que traerá a Chile (el número de copias que le resultará rentable).

14.- Las utilidades del distribuidor dependen, según indica UIP, de la taquilla que tenga la película, es decir, de las ganancias en boletería, o "borderó" (según día, hora, tipo de sala, otros). Así, la maximización del borderó es la otra clave de su negocio y por eso busca los mejores espacios para el público: "UIP Chile distribuye sus películas a aquellos exhibidores que le aseguren, en condiciones normales y bajo parámetros objetivos (calidad de instalaciones, número de cines. , etc.) el mejor retorno comercial posible", agregando que "Resulta evidente que una película de alta calidad debe ser estrenada –a menos que no exista otra alternativa, como ocurría en Temuco hasta el 25 de junio de 2003– en un cine de la más alta calidad..."

15.- Sound Color afirma que, por el contrario, cada copia de una película vale entre US\$ 1.000 y US\$ 1.500, y que lo que el distribuidor ganará no se negocia con el exhibidor sino que aquél lo conoce de antemano, toda vez que los tres grandes, Fox-Warner, Andes y UIP, le cobran el 60% de la recaudación (de un número dado de asientos de la sala) la primera semana de exhibición, 55% la segunda semana y así bajando 5 puntos cada semana, hasta un mínimo de 35%. Respecto a las películas Clase B, los porcentajes son menores, pero también los fijan los distribuidores.

16.- Se puede distinguir como mercado relevante del producto, el de las películas cinematográficas de 35 mm., exhibidas en salas de cine de acceso público. En consecuencia, las películas cinematográficas para la exhibición en sistemas DVD, vídeo o televisión no forman parte de él, toda vez que no son sustitutos cercanos de la exhibición a público (en cartelera), ni utilizan las mismas instalaciones o infraestructura esenciales que las que aquí interesan.

17.- Por su parte, el mercado relevante geográfico queda delimitado por densidades mínimas de servicios y de población que hacen factible una transferencia fluida de consumidores (espectadores de estrenos cinematográficos) entre sus polos. Desde esa

perspectiva, no cabe duda de que, en este caso, Osorno y Puerto Montt constituyen un mercado relevante, toda vez que, por sus características, la zona no sustenta más de una sola sala de cine rentable.

18.- Una serie de antecedentes permite presumir que entre las distribuidoras Andes Films y UIP existiría un acuerdo para restringir la competencia en beneficio de Andes Films-Chile Films. En octubre de 2002, Andes Films suspendió la entrega de películas a Sound Color en Osorno. En ese mismo mes y año UIP hizo otro tanto, si bien reanudó sus entregas en junio de 2003, luego de que se iniciara esta investigación. De acuerdo a ello, es dable presumir que las distribuidoras Andes Films y UIP actuarían de consuno. Refuerza esta idea la circunstancia que Andes Films y UIP comparten en Santiago un único local que actúa de bodega para ambas, hecho reconocido por el señor Köstner en la entrevista con profesionales de esa Fiscalía, a cargo de la investigación.

19.- Agrega, por otra parte que, desde el momento en que las relacionadas Chile Films y Andes Films ofrecen bienes complementarios (salas de cine y películas), resulta evidente que hay una integración vertical entre ellas, por razones de eficiencia para ambas.

20.- Desde otro aspecto, se ha constatado que Fox-Warner es la más grande distribuidora individual de películas en Chile; le siguen en esta relación UIP y luego Andes Films. Las tres distribuidoras son, evidentemente, las que dominan el mercado chileno para películas cinematográficas; ello hace aún más preocupante el eventual acuerdo entre Andes Films y UIP para restringir la competencia, toda vez que, que en conjunto, como se advierte en el cuadro que forma parte del informe del Fiscal, ambas empresas sobrepasan cómodamente la participación de mercado de Fox-Warner.

21.- En concepto del Fiscal, la situación analizada evidencia, también, la presencia de varias figuras características del abuso de posición de dominio, entre ellas la negativa de venta. Los distribuidores Andes Films y UIP han rehusado, en las mismas fechas,

proporcionar a Sound Color un bien disponible y ofrecido a un tercero que, sintomáticamente, está relacionado con Andes Films.

Al abuso de poder de mercado que se detecta, habría que agregar la circunstancia de que los tres grandes distribuidores cobran el mismo porcentaje de la recaudación (60% y 55%, bajando 5 puntos por semana hasta un mínimo de 35%) a los exhibidores. Más aún, las tres grandes distribuidoras incurren en la misma discriminación de precios, según si los distribuidores se encuentran en Santiago o en regiones. En efecto, en Santiago las películas permanecen en cartelera hasta diez semanas, y en regiones, cuatro semanas como máximo; en este último caso, el porcentaje de la recaudación que va al distribuidor varía de 60% a 45%, en tanto que en Santiago pagan el 35% a partir de la sexta semana.

22.- Continuando con su análisis, el informe del Fiscal sostiene que las plazas de Temuco y de Osorno son ciudades de alta densidad poblacional en nuestro medio. Por esta razón, aún cuando la existencia de otros formatos de reproducción doméstica de películas, como son las cintas de vídeo y los DVD, pudieren restar público al mercado del cine de esas plazas, tal circunstancia no permite inferir que la demanda sea insuficiente para mantener más de una sala de cine en cada localidad. Por otra parte, continúa, si bien en las citadas ciudades no hay barreras de entrada a la industria de la exhibición de películas, podrían existir, como lo señala el denunciante, barreras a la salida, en el sentido de que los costos hundidos de aquel empresario que primero hizo la inversión serían considerables. Sin embargo, a juicio de la Fiscalía, dichas barreras son sólo medianamente apreciables, si se considera que parte de la implementación efectuada por aquél puede ser susceptible de ser aprovechada en otra clase de negocios.

23.- Una complejidad adicional del caso analizado es que, como se dijo más arriba, la posición amenazada no es la del entrante al mercado sino la del residente, en virtud de que la integración vertical y la posición de dominio se dan en el entrante (Andes-Chile Films), y no en el residente (Sound Color). Esta integración vertical ha tendido a desnaturalizar el rol de "distribuidores" de películas con que éstos se presentan ante los estudios productores y ante las multisalas de cine. Si una de las empresas integradas

(o relacionadas horizontalmente, como Andes-UIP) tiene giro de distribuidor, y de distribuidor de un bien esencial en una industria de redes, le es exigible que distribuya, y que lo haga a todos por igual, en vez de reservar las películas para su propia sala de cine. Si no existiera la referida integración vertical, a la distribuidora debería serle indiferente cuál de las dos multisalas de un mismo mercado, cuando no ambas, estrenan una película clase A, dado que, contrariamente a lo que los distribuidores han argumentado, sus ingresos están determinados de antemano, y pueden disponer prácticamente de inmediato de cualquier número de copias de una película que le sean requeridas, de manera que el número de copias ingresadas al país no es fijo e inamovible. Siendo así, desde el punto de vista de la libre competencia, es el público con sus preferencias y no el distribuidor con la suyas, y menos *a priori*, quien debe decidir en qué cine asiste al estreno de una misma película. Esa será la prueba de si las plazas de Temuco y de Osorno sustentan más de una multisala cinematográfica y, si así no fuera, cuál de las dos saldrá del mercado.

24.- A juicio de la Fiscalía, es necesario, desde la perspectiva de la defensa de la libre competencia, cautelar el acceso de Sound Color a un bien (la película) esencial o complementario para competir en este mercado. Si bien es cierto que el sistema de cobro mediante escala o porcentaje fijo sobre el borderó, es la costumbre en esta industria, y es evidente que el distribuidor siempre preferirá orientar su película a aquella sala de cine que, en su opinión pueda arrojar mayores recaudaciones, tal resultado no debiera ser, materia sujeta a predeterminaciones del distribuidor, sino sólo al veredicto del mercado.

#### **Análisis de la Comisión**

25.- Para una mayor comprensión del mercado de la exhibición de películas y del conflicto aquí presentado, esta Comisión recibió en audiencia, el día 28 de noviembre de 2003, a los representantes de la Cámara de Comercio Cinematográfica, Pedro Jux, quien además es representante de Fox-Warner, Giovanni Gentile, quien además representa a Andes Films y Rodrigo Köetsner, quien también representa a UIP. Posteriormente, el día 12 de diciembre se recibió a los representantes de la denunciante.



26.- Con los antecedentes presentados en el informe del Fiscal y la información adicional obtenida en las audiencias recién señaladas, esta Comisión estima que una definición apropiada del mercado relevante, en este caso, es la exhibición de estrenos de alta convocatoria en salas de cine. Otros medios de exhibición privada de películas, tales como el vídeo y el DVD, pueden llegar a ser buenos sustitutos del cine, pero sólo en la exhibición de películas de menor convocatoria o bien de películas que fueron estrenadas tiempo atrás. Es fácil constatar que para un grupo de la población, aquel con alta tasa de impaciencia, es importante ver algunas películas en sus primeras semanas de estreno, tiempo en el cual no están disponibles en vídeo o DVD. Además, por esa misma impaciencia, no es un buen sustituto la exhibición de esas películas mucho tiempo después del estreno. En cuanto a la definición del mercado geográfico, éste corresponde a aquellas salas de cines cuya ubicación no involucra, para los asistentes, un costo de traslado significativo. Desde esta perspectiva, y a falta de mayores antecedentes, esta Comisión estima que Temuco, Osorno y Puerto Montt forman mercados distintos.

27.- En estos mercados relevantes hay una alta concentración, toda vez que en cada ciudad no hay más de dos complejos de cines que exhiben estrenos de alta convocatoria.

28.- A falta de información más precisa, esta Comisión estima que los costos hundidos que involucra la instalación de un complejo de salas de cine hacen improbable la entrada y salida fluida de competidores.

29.- Por lo tanto, corresponde que eventuales conductas de connotación anticompetitivas que afecten el mercado de la exhibición de películas de alta convocatoria en sus semanas de estreno, en salas de cine de Temuco y Osorno, sean investigadas y sometidas a consideración de esta Comisión.

30.- Uno de los argumentos en disputa es la capacidad de los distribuidores de películas para disponer de un número apropiado de copias para adaptarse a las solicitudes de las salas de cine. Si bien no se pudo obtener información precisa sobre la

anticipación con que las salas de cine debieran solicitar las copias a los distribuidores y el costo de cada copia, todo indica que ésta no es una restricción relevante que explique la negativa, por parte de las distribuidoras, a entregar más copias. Siempre es posible que los contratos entre distribuidores y salas de cine contemplen un plazo mínimo de anticipación para solicitar una copia y la obligación de las salas de cine de cubrir al menos el costo de ella.

31.- Si bien los denunciados señalaron que un elemento adicional a considerar en su decisión de entregar una copia, era la recaudación obtenida en la exhibición de la película (por sobre el costo de la copia), esta Comisión estima que es el factor principal que explica la conducta de los distribuidores denunciados.

32.- La naturaleza del negocio y, en particular, el hecho que distribuidores y salas de cine comparten la promoción de las películas, lleva a que ambas partes se distribuyan un porcentaje de la recaudación obtenida en la exhibición de las películas. De esta forma, es lógico que los distribuidores tengan interés en que se maximice la recaudación, lo cual no es reprochable en sí mismo, pero en mercados concentrados y con barreras a la entrada significativas puede dar origen a conductas anticompetitivas.

33.- En efecto, para maximizar la recaudación de las salas de cine es óptimo otorgar poder monopólico en cada mercado relevante, lo que se obtiene limitando el número de copias que se distribuyen entre las salas de cine que compiten entre sí, eventualmente negando la entrega de copias a algunas de ellas.

34.- Los representantes de UIP dieron a entender que su negativa a entregar copias a una de las salas de cine responde a una actitud "pasiva" que sólo busca maximizar el retorno en la distribución de películas, pero que no involucra una intención de reducir la competencia. Por ejemplo, ellos señalan que la combinación de precio de las entradas y número de asistentes a las salas de Chile Films, comparada con las salas de Showtime, hace más atractivo entregar copias sólo a las primeras ya que de hacerlo también a las segundas éstas le quitarían asistentes, reduciendo la recaudación total.

35.- Sin embargo, los elementos de juicio adicionales que a continuación se exponen llevan a esta Comisión a sostener que la negativa de distribuir copias a uno de los complejos de cines responden efectivamente a una conducta que altera o tiende a alterar la libre competencia.

36.- En primer lugar, tanto el denunciante como la Fiscalía hacen ver que los distribuidores Andes Films y UIP actúan con algún grado de coordinación entre sí. Si bien esta Comisión estima que los antecedentes no son suficientes para sostener dicha afirmación, lo cierto es que el alto nivel de concentración en el mercado de distribuidores de películas de convocatoria masiva, formado por la dos empresas ya señaladas junto con Fox-Warner, quienes además están reunidos en la Cámara de Comercio Cinematográfica, llevan a presumir que la creación de monopolios en algunos mercados de las salas de cine puede tener efectos perjudiciales sobre la competencia en el mercado de la distribución de películas y con ello sobre las condiciones que enfrentan los consumidores finales. En efecto, la literatura económica señala que la creación de un monopolio aguas abajo (salas de cine) permite robustecer los acuerdos colusivos en el mercado aguas arriba (distribuidores), con efectos negativos sobre la eficiencia y el bienestar de los consumidores.

37.- En segundo lugar, sabido es en la literatura económica que si una empresa tiene poder de mercado aguas arriba y su producto es un insumo utilizado en proporciones fijas en el mercado aguas abajo, entonces a la empresa aguas arriba le basta extraer todas las rentas en ese mercado, sin necesidad de crear un monopolio aguas abajo. Si bien este aspecto teórico tiende a descartar el sentido económico de la creación, por parte de los distribuidores de películas, de monopolios en el mercado de la exhibición, hay elementos de la realidad de este mercado que dan sentido a tal práctica. Por una parte, ya se señaló que en este mercado las rentas se reparten a través de porcentajes de la recaudación y no a través de precios. Por otra, debido a la misma acción de los organismos antimonopolios, es predecible que los distribuidores no pueden discriminar afinadamente entre los exhibidores. Ambos elementos llevan a afirmar que los distribuidores de películas no pueden extraer todas las rentas monopólicas en el mercado de la distribución, sino que es óptimo para ellos extraer estas rentas, además,

a través de la integración vertical aguas abajo. Esta extracción de rentas en el mercado de las salas de cines se refleja concretamente en precios más altos para los consumidores finales.

38.- En tercer lugar, la integración vertical recién señalada, que en el caso bajo análisis existe entre Andes Films y Chile Films, permite cerrar la tesis de conducta anticompetitiva por parte de los distribuidores. Es así que, un factor que actúa en contra del sentido económico de crear monopolios aguas abajo, es el riesgo de comportamiento monopsónico por parte de estos últimos, que se vuelve en contra de los distribuidores. Pero si existe integración vertical entre un distribuidor y el exhibidor monopólico, ese riesgo de monopsonio desaparece.

39.- El análisis anterior lleva a esta Comisión a concluir que la negativa de entregar copias de películas en igualdad de condiciones, entre las salas de cine que están integradas verticalmente con un distribuidor y las salas de cine operadas por un competidor independiente, es una conducta que, por un lado, tiende a reducir las posibilidades de competencia entre distribuidores que hoy operan en un mercado altamente concentrado y con algunos síntomas de colusión, y por otro, lleva a un aumento artificial de precios en el mercado de las salas de cine a través de la creación y explotación de monopolios en el mismo.

40.- En virtud de todo lo expuesto precedentemente, esta Comisión estima que existen presunciones fundadas de haberse incurrido en una situación restrictiva de la libre competencia, en los términos del Decreto Ley N° 211.

Por tanto, con el objeto de subsanar tal situación, declara lo siguiente:

1) Se previene a las empresas distribuidoras de películas ANDES FILMS S.A., CHILE FILMS S.A. y U.I.P. CHILE LTDA. que deben abstenerse de negar la venta de películas a la denunciante.

2) Se previene a ANDES FILMS S.A., CHILE FILMS S.A. y U.I.P. CHILE LTDA., en el sentido que deben establecer un sistema de cobro de acuerdo a pautas objetivas, razonables, de aplicación general y no discriminatorias.

Del cumplimiento de ambas prevenciones, dichas empresas deberán informar a esta Comisión, dentro del plazo de 30 días, a contar de la notificación del respectivo dictamen, bajo apercibimiento de solicitar al Fiscal Nacional Económico que formule un requerimiento ante la H. Comisión Resolutiva, para la aplicación de las sanciones que correspondan.

Póngase, el presente dictamen, en conocimiento de la empresa TWENTY CENTURY FOX/ WARNER BROS.

Notifíquese.

The image shows four handwritten signatures in black ink. The largest signature is in the center, appearing to be 'José Tomás Morel Lara'. To its left is a smaller signature, possibly 'José Yáñez Henríquez'. Below the central signature is another smaller signature, likely 'Rodemil Morales Avendaño'. To the right of the central signature is a large, stylized signature, possibly 'Carlos Castro Zoloaga'. There are also some faint, illegible marks and lines scattered around the signatures.

El presente dictamen fue acordado en sesión del día 29 de diciembre de 2003 por la unanimidad de los concurrentes, señores José Tomás Morel Lara, Presidente, José Yáñez Henríquez, Rodemil Morales Avendaño y Carlos Castro Zoloaga