

COMISION PREVENTIVA CENTRAL
DECRETO LEY N° 211, DE 1973
LEY ANTIMONOPOLIOS
AGUSTINAS N° 853, PISO 12

884/937

C.P.C. N° _____

ANT: Consulta de Kodak Chilena SAF.

MAT: Dictamen.

SANTIAGO, 26 NOV 1993

Kodak Chilena S.A.F. ha consultado a esta Comisión sobre la procedencia, frente a las normas del Decreto Ley N° 211, de 1973, de un sistema de comercialización que ha puesto en práctica y de un contrato de concesión comercial.

Explica la consultante que es accionista mayoritaria de la sociedad Full Color S.A. la que, a su vez, opera una cadena de establecimientos comerciales que lleva el mismo nombre y cuyo giro principal es la venta de productos y servicios fotográficos, destacándose entre estos últimos el revelado de rollos de fotografía. La totalidad de los establecimientos comerciales que operan con el nombre Full Color son de propiedad de la sociedad del mismo nombre y Full Color es una marca registrada, también de su propiedad, vigente en todo el país en diversas clases del clasificador respectivo.

Agrega que ha creado una campaña conocida como "el rollo gratis", consistente en la entrega conjunta de las fotografías solicitadas por cada cliente y de un rollo fotográfico por un precio global. La película entregada corresponde a un modelo que no se expende en el mercado y que se utiliza exclusivamente con los fines precitados.

En la actualidad, Kodak se encuentra desarrollando una nueva política comercial, que consiste, básicamente, en la entrega de una licencia limitada de uso de la marca Full Color a terceros, todo ello dentro del marco de un contrato de concesión comercial que también se consulta en esta oportunidad, de tal forma que los terceros operen sus establecimientos comerciales de la misma manera que lo hace Full Color S.A., en especial en lo concerniente a las políticas publicitarias y promocionales. De esta manera se piensa incrementar el número de establecimientos comerciales Full Color pues, ante el público, aparecerán como un solo todo.

La entrega a terceros de la concesión de la marca,

permitirá el desarrollo de la campaña "rollo gratis", para lo cual Kodak habrá de proveer a sus titulares de la película fotográfica. El costo involucrado será compartido por los concesionarios. Como consecuencia de esto, el rollo entregado para la campaña será un producto que no se comercializará para otros efectos, pues la intención es no entregarlo ni venderlo sino a los titulares de los establecimientos y de las licencias de la marca Full Color. Por ello es que desean un pronunciamiento de esta Comisión sobre si la negativa a entregar o expender dichos rollos de películas a los comerciantes y público, en general, constituiría, por parte de Kodak y de Full Color, una conducta ilícita en el marco de la legislación antimonopolio.

2.- La consultante, como se ha dicho, también ha sometido a la consideración de esta Comisión un Contrato de Concesión Comercial, cuyas cláusulas más relevantes son:

a) Kodak otorga al concesionario el derecho a operar un establecimiento de comercio destinado a la venta de los productos Kodak, como también para usar la marca.

b) El concesionario explotará el Local Comercial, que forma parte de una cadena, a través de la oferta, venta y distribución a público de bienes, mercaderías, productos y servicios identificados con la marca Kodak, proporcionando esta empresa los productos y la asistencia técnica y comercial.

c) Kodak arrienda un local y el concesionario conoce exactamente los términos de dicho arriendo. El equipamiento, alhajamiento y la decoración de dicho local comercial serán de cargo exclusivo del concesionario, sin que éste pueda efectuar alteraciones o modificaciones en él, sin autorización de Kodak.

d) Kodak otorga el uso del local comercial al concesionario y éste deberá pagar a Kodak la renta mensual, gastos comunes y otros.

e) Kodak venderá al concesionario, para su reventa, todos sus productos, con descuentos por volúmenes de compra y, también, un descuento del 4% sobre el precio de venta, dependiendo del cumplimiento de los montos anuales o semestrales de compra de productos.

f) Dado que el concesionario forma parte de una cadena de tiendas, cuyos objetivos dependen del respeto de sus políticas administrativas, publicitarias y, en especial, de precios, la concedente podrá sugerir al concesionario los precios de venta a público de los productos.

g) Kodak tendrá derecho a revisar las ventas, los precios y demás información relevante para la determinación del nivel de operación del local. Sin perjuicio de lo anterior, el concesionario deberá proporcionar semestralmente los volúmenes de venta, precio de venta, requerimiento de nuevos servicios y otros; podrá revisar los libros y asientos contables.

h) El concesionario es el único responsable de la administración del local comercial designado bajo las directrices de Kodak, en lo que dice relación con los aspectos laborales y tributarios. Como contrapartida, las utilidades que arroje la explotación del establecimiento comercial pertenecerán exclusivamente al concesionario.

i) Kodak puede poner término unilateralmente al contrato con una anticipación no inferior a 90 días.

j) Al término del contrato, el concesionario debe restituir a Kodak todos los elementos proporcionados y pagar las sumas que se pudieran adeudar.

3.- Para absolver las consultas de Kodak, esta Comisión tiene presente, en primer término que el mercado fotográfico es altamente competitivo pues existen diversas empresas dedicadas al giro de venta de productos y servicios del rubro.

También interesa recordar lo expuesto a esa sociedad en anteriores pronunciamientos de este Organismo, v.gr. el Dictamen 856/392, de 11 de Mayo de 1993, en el sentido que sus condiciones de comercialización no deben ser discriminatorias y que sus precios deben estar claramente determinados y ser públicos, gènérales y objetivos.

Precisado lo anterior la Comisión no ve inconveniente en que la consultante aplique la modalidad del "rollo gratis", como medio de publicidad, negando la venta de dicha película fotográfica a terceros, ya que, como se expresa en la consulta, no se comercializará sino para los efectos mencionados.

En cuanto al Contrato de Concesión consultado, éste dice relación más bien con una administración realizada por un tercero, en la cual van involucradas ciertas obligaciones para dicho tercero. Kodak es la que arrienda el local comercial y proporciona su implementación y su nombre aun cuando el concesionario pague todos los gastos de funcionamiento de ese local, tales como empleados, consumos de luz, agua y otros y la obligación de pagar los tributos.

En lo relativo a la sugerencia de precios consultada, a juicio de esta Comisión, en este caso particular no es reprochable atendido el grado de competencia en el mercado y la modalidad del contrato, puesto que los locales de venta, que formarían una cadena, son arrendados por Kodak e identificados por el público como pertenecientes a esa empresa y no por terceros, por lo que es explicable que en ellos existan precios similares para los productos y servicios que expenden.

En consecuencia, esta Comisión acuerda aprobar la modalidad de venta y el contrato consultados, porque no vulneran las normas que protegen la libre competencia.

Notifíquese al señor Fiscal Nacional Económico y a la consultante.

Acordado en sesión de once de Noviembre de 1993, de esta Comisión Preventiva Central, por la unanimidad de sus miembros presentes, señores Alejandro Jadresic Marinovic, Presidente; Ricardo Vicuña Poblete; Emanuel Friedman Corvalán; Juan Manuel Baraona Sainz y Jorge Alfaro Fernandois.

Alejandro Jadresic
Ricardo Vicuña Poblete

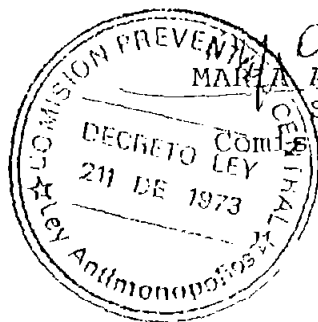
Emanuel Friedman

Juan Manuel Baraona Sainz

Jorge Alfaro Fernandois

Angélica Ortego

No firma don Jorge Alfaro Fernandois, no obstante haber concurrido al acuerdo, por encontrarse ausente.



Angélica Ortego
 ANGÉLICA ORTEGO MATURANA
 Secretaria Abogado
 Comisión Preventiva Central