



REGLAMENTO DE TARIFAS

ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN

ÍNDICE

- I. INTRODUCCIÓN**
- II. SITUACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LAS TARIFAS COBRADAS POR EL USO DE INTEPRETACIONES AUDIOVISUALES**
- III. TARIFAS PROPUESTAS POR ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION**

A. USUARIOS PRINCIPALES DEL REPERTORIO: Comunicación pública y radiodifusión realizada por televisiones, operadores de cable y salas de cine en cualquier formato tecnológico.

1. EL MODELO DE TRANSMISIÓN DE TELEVISIÓN COLOMBIANA

1.1. La televisión abierta

1.1.1. Tarifa a cobrar por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

1.2. Operadores de cable y satélite

1.2.1. Tarifas propuestas por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

2. LAS SALAS DE EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA EN COLOMBIA

2.1. Cifras del sector en Colombia

3. PUESTA A DISPOSICIÓN

B. USUARIOS SECUNDARIOS DEL REPERTORIO (Uso accesorio)

1. MEDIOS DE TRANSPORTE COLECTIVO DE VIAJEROS

1.1. Tarifas a cobrar por ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

1.1.1. Aeronaves y Ferroviario

1.1.2. Embarcaciones (transporte fluvial y marítimo)

1.1.3. Resto de Transportes

2. HOTELES Y OTROS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

- 2.1. El sector hotelero en Colombia
- 2.2. Tarifas cobradas por ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

3. BARES, RESTAURANTES, CAFETERIAS U OTROS COMERCIOS CON APARATO DE TELEVISIÓN

4. ACTIVIDADES DE PRUEBA A DISPOSICIÓN INTERACTIVA DE OBRAS Y GRABACIONES AUDIOVISUALES POR MEDIOS DIGITALES

- 4.1. Tarifas fijadas por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

5. ARRENDAMIENTO DE OBRAS AUDIOVISUALES

- 5.1. Tarifas fijadas por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

IV. CUADRO RESUMEN DE PROPUESTA DE TARIFAS

I. INTRODUCCIÓN

La legislación colombiana reconoce el derecho de los artistas intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales a percibir una remuneración equitativa por la comunicación pública, incluida la puesta a disposición y el alquiler comercial al público, de las obras y grabaciones audiovisuales donde se encuentren fijadas sus interpretaciones o ejecuciones.

Este derecho de remuneración se podrá hacer efectivo a través de las sociedades de gestión colectiva, constituidas y desarrolladas por los artistas intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales, conforme a las normas vigentes sobre derechos conexos.

Como consecuencia de esta disposición, y para dar cumplimiento a la misma, **ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN**, a través del órgano de administración previsto en sus Estatutos, procede a establecer siguiente marco tarifario.

II. SITUACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LAS TARIFAS COBRADAS POR EL USO DE INTERPRETACIONES AUDIOVISUALES

El reconocimiento de los derechos de explotación a los artistas audiovisuales es un fenómeno creciente y con un esperanzador futuro, dada la evolución cultural y tecnológica de las sociedades modernas.

Como referentes internacionales identificamos a Chile, Argentina y España, Estados cuya tradición jurídica y cultural es similar a la colombiana y cuenta con una regulación específica para artistas audiovisuales.

De esta manera CHILEACTORES¹, SAGAI² y AISGE³, operan con un régimen tarifario que incluye la comunicación pública, de interpretaciones audiovisuales fijadas, a través de la televisión, el cine, el transporte público.

Los usos y ratios de utilización que presenta Colombia, en lo que afecta a televisiones y otros usuarios principales, son homologables al existente en el resto de países comparados.

Las tres legislaciones analizadas presentan un ámbito de protección que excluye el repertorio universal y que se basa en los repertorios nacionales con el reconocimiento que se pueda hacer a titulares de terceros países.

¹ Diario Oficial de Chile 39511 del 14 de noviembre de 2009

² www.sagai.org/novedades/publicacion-del-decreto-191406, www.sagai.org/documentos-legales/resolucion-1812008-aranceles

³ www.mcu.es/propiedadInt/docs/tarifas/AISGETARIFAS_MARZO_2010.pdf

En el ámbito nacional, la relación entre derechos conexos musicales (ACINPRO) y audiovisuales, que resulta de la comparación de las tarifas fijadas para ambos colectivos, hace que la tarifa musical suponga de forma aproximada del 25% de la tarifa audiovisual, relación lógica toda vez que el rol jugado por los artistas audiovisuales en las grabaciones y obras audiovisuales es mucho más relevante que el atribuible a los artistas musicales.

Fijar tarifas proporcionales con los ingresos que obtenga el usuario a partir del uso del repertorio es una exigencia legal que se ajusta al carácter equitativo de la remuneración. Dicha metodología es posible gracias al mayor control de las audiencias y las parrillas televisivas.

Con ello se pretende obtener una remuneración equitativa y justa que efectivamente se vincule con la explotación de las interpretaciones audiovisuales y, al mismo tiempo, no afecte a otras actividades de los usuarios ajenas de la explotación de las interpretaciones actorales.

Por último en todos los casos, las tarifas analizadas para la elaboración de esta propuesta parten de una realidad incuestionable tal como es diferenciar a los usuarios del repertorio como principales y secundarios. Para el primer caso, es decir aquellos usuarios que hacen de la explotación del repertorio de la entidad un elemento básico de su actividad, tales como radiodifusores o salas de exhibición cinematográfica, las tarifas son porcentuales sobre los ingresos de explotación. En el segundo caso, es decir aquellos usuarios que hacen un uso accesorio del repertorio de la entidad respecto a su actividad principal, tales como medios de transporte o lugares accesibles al público, las tarifas son fijadas a tanto alzado o mediante un algoritmo de fácil aplicación.

Finalmente, cualquier remuneración por derechos patrimoniales que sea gestionada de forma colectiva debe ser equitativa, concepto entendido como la suma de dos elementos, a saber, el alcance del repertorio de la entidad y el uso que el obligado al pago realiza de dicho repertorio.

III. TARIFAS PROPUESTAS POR ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN

Considerando los elementos anteriormente descritos se realiza la siguiente propuesta de aranceles o tarifas para los actos de explotación sobre los que la Ley 1403 de 2010 ha reconocido un derecho de remuneración a favor de los artistas intérpretes audiovisuales.

A. USUARIOS PRINCIPALES DEL REPERTORIO: Comunicación pública y radiodifusión realizada por televisiones, operadores de cable y salas de cine en cualquier formato tecnológico.

1. EL MODELO DE TRANSMISIÓN DE TELEVISIÓN COLOMBIANA

El servicio público de televisión en Colombia está sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado. Se entiende vinculado intrínsecamente a la formación cultural y de opinión pública del país, como instrumento dinamizador de los procesos de formación y comunicación audiovisuales. La anterior facultad puede ser delegada a los particulares a través de contratos de concesión o licencias de operación.

En total se cuenta con 794 canales clasificados en atención a la tecnología utilizada y el fin pretendido con la transmisión, así⁴:



1.1. La televisión abierta

Se define como el servicio de televisión que utiliza el espectro electromagnético como soporte físico principal para la transmisión de la señal de televisión. En el

⁴ “Informe Sectorial de Televisión 2009”⁴, presentado por Comisión Nacional de Televisión de Colombia

espectro electromagnético, la televisión radiodifundida ocupa una franja exclusiva para las bandas UHF y VHF.

El servicio de televisión abierta es prestado por cuatro clases de operadores, a saber: i) canales públicos nacionales, ii) canales públicos regionales, iii) canales privados nacionales (RCN y Caracol) y está preparándose la licitación para la adjudicación de un nuevo canal, iv) canales locales con y sin ánimo de lucro.

En los últimos años, los productores colombianos y los canales colombianos han incursionado en los mercados externos con la venta de telenovelas, guiones y adaptaciones de obras de la literatura colombiana, la oferta de señales internacionales propias y la firma de acuerdos e integraciones con grandes cadenas y productoras de televisión a nivel internacional.

Colombia es reconocida a nivel internacional por la calidad de sus producciones. Durante los tres últimos años se han realizado importantes inversiones de cadenas internacionales, así⁵:

- En 2007, Fox International compró el 51% de Telecolombia (Se produjeron series como “Tiempo Final”, “Mental” y “El Capo”).
- En 2009, Sony Pictures Television International Compró el 50% Teleset y el Grupo Cisneros anunció la inversión de US250 millones en un centro de producción.
- RTI se encuentran en alianza con Telemundo de NBC Universal.
- RCN se encuentran en alianza con Televisa, Venevisión, Warner Brothers, etc.
- Televideo ha producido para Discovery Channel y History Channel.
- En septiembre de 2009, Telemundo compró el 40% de RTI.

La pauta publicitaria total ha tenido una participación promedio histórica del 0.27% del PIB y la inversión publicitaria en televisión del 0.19% del PIB entre 2003 y el segundo trimestre de 2009. Entre 1993 y 2008, la inversión publicitaria en televisión creció el 71.2%. Para 2008 se estima la INPTV en \$953.300 millones de pesos, de los cuales \$890.300 millones corresponden a TV nacional y \$63.000 millones a TV regional y local⁶.

Televisión local

La Ley 182 de 1995 define a la televisión local como el servicio prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios. La

⁵ www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/segundo_informe_sectorial.pdf “Informe Sectorial de Televisión 2009”, presentado por Comisión Nacional de Televisión de Colombia, página 18

⁶ www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/segundo_informe_sectorial.pdf “Informe Sectorial de Televisión 2009”, presentado por Comisión Nacional de Televisión de Colombia, páginas 22 y 24



televisión local fue reglamentada por la CNTV mediante el Acuerdo 24 de 1997. En la actualidad opera en grandes ciudades como Bogotá, Cali, Medellín, y en ciudades intermedias y pequeñas como Bucaramanga, Pasto, Tunja, Barrancabermeja, Málaga, Buenaventura y Popayán.

La televisión local sin ánimo de lucro es prestada por comunidades organizadas, instituciones educativas, fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro.

Los fines de esta modalidad del servicio son cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales. Se basa en derecho de propiedad colectiva y economía solidaria de las comunidades que se organizan para operar un servicio y tienen restricciones en la explotación comercial del servicio.

En la actualidad existen 47 operadores sin ánimo de lucro, de los cuales siete son universitarios.

Por otra parte, el único canal local con ánimo de lucro es Citytv, al cual se le prorrogó su contrato de concesión por diez años más, en marzo de 2009. La Junta Directiva de la CNTV adoptó el mismo modelo de ajuste del precio que se utilizó para las prórrogas de los canales Caracol y RCN, que se establecerá de acuerdo con el desempeño de la pauta publicitaria total en televisión abierta, durante los años 2009 y 2010. En el año 2008, Citytv facturó por publicidad \$23.030 millones de pesos, que equivale al 2,6% del total de la pauta publicitaria en televisión, mientras que Caracol y RCN pautaron \$828.000 millones de pesos, equivalente al 93% de dicha pauta. Cabe anotar que Citytv no paga compensación sobre sus ingresos de pauta publicitaria, como lo hacen los concesionarios de televisión abierta privada nacional y que equivale al 1.5% de sus ingresos brutos⁷.

Televisión comunitaria

El servicio de televisión comunitaria, reglamentado por el Acuerdo 009 de 2006, es prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con un número de asociados que no puede superar los 15.000.

De acuerdo con el reporte de la CNTV del primer trimestre de 2009, el número promedio de asociados fue de 159.583. En la actualidad, existen 677 comunidades organizadas sin ánimo de lucro que prestan el servicio en esta modalidad.

⁷ www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/segundo_informe_sectorial.pdf "Informe Sectorial de Televisión 2009", presentado por Comisión Nacional de Televisión de Colombia, página 25

Así mismo, podrán recibir y distribuir las señales incidentales que capten vía satélite en territorio colombiano, la programación de los canales abiertos nacionales de operación pública y privada, de los canales regionales y de los canales abiertos locales con y sin ánimo de lucro, así como hasta siete (7) señales codificadas.

Su financiación proviene de los aportes que realizan los asociados, los cuales deben ser invertidos exclusivamente en la administración, operación, mantenimiento, reposición, ampliación y mejora del servicio, así como en el pago de derechos de autor y conexos correspondientes a los canales codificados y de la compensación a la CNTV.

1.1.1. Tarifa a cobrar por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN

La utilización del repertorio de la entidad es equiparable al existente en otros países de nuestro entorno y por ello la tarifa de ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN debe oscilar en los niveles usados por esos estados.

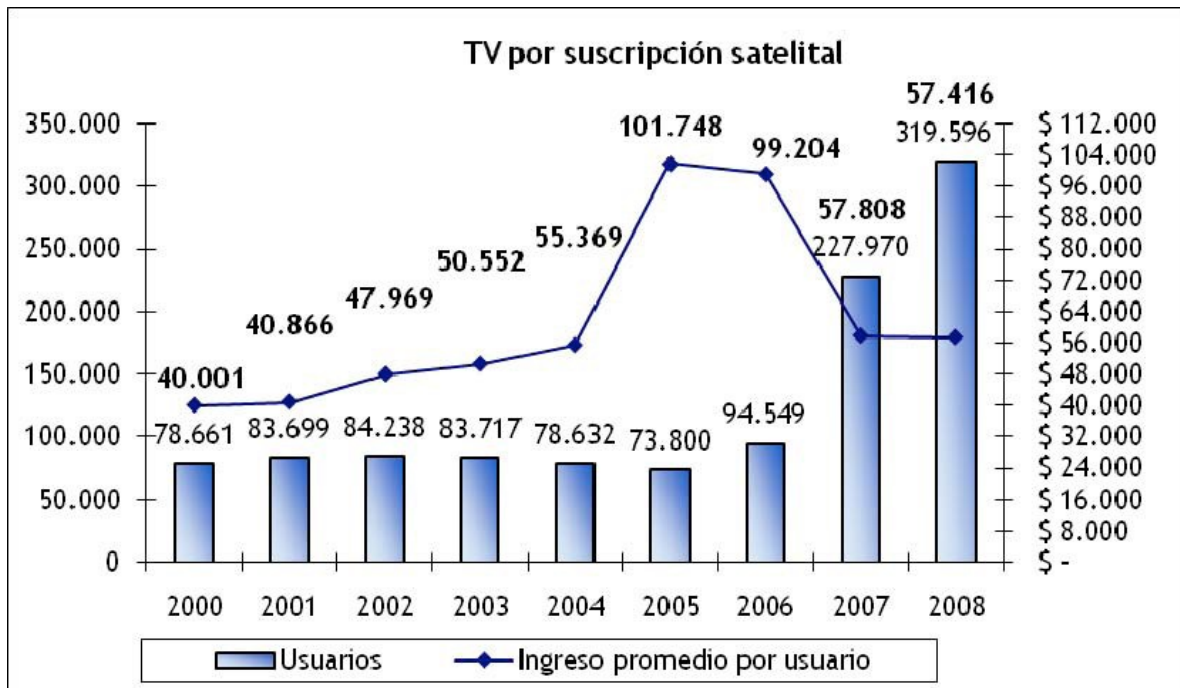
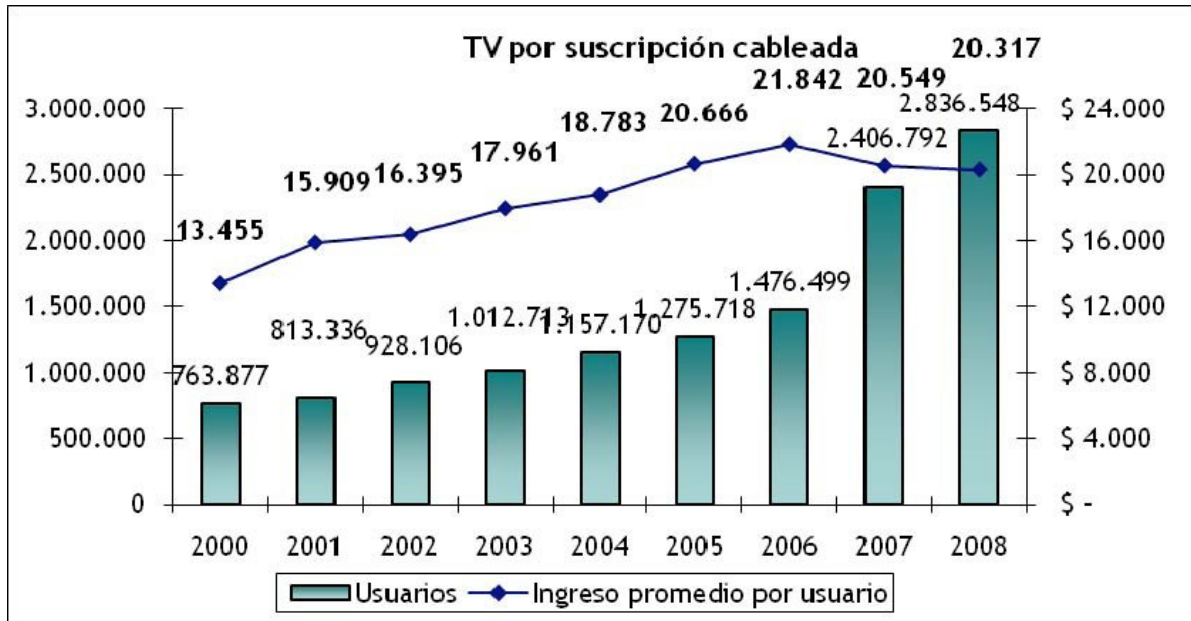
Así la tarifa a establecer por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN debe ascender al **4 % de los ingresos de explotación de la cadena vinculados o derivados de la explotación del repertorio de la entidad.**

La base serán los ingresos de explotación de la cadena exceptuando los generados por intereses financieros y venta de derechos, cuyo hecho generador es ajeno a la explotación del repertorio y, sobre éstos, únicamente los generados por emisiones que contengan interpretaciones contenidas en el repertorio de la entidad

1.2. Operadores de cable y satélite

La situación de este mercado en Colombia, puede observarse a través del número de usuarios y el promedio de ingreso por suscriptor relacionada en el siguiente cuadro⁸.

⁸ www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/segundo_informe_sectorial.pdf "Informe Sectorial de Televisión 2009", presentado por Comisión Nacional de Televisión de Colombia, página 28



1.2.1. Tarifas propuestas por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN

Considerando lo anteriormente expuesto la tarifa a establecer por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN debe ascender al **4 % de los ingresos de explotación del operador de cable o satélite vinculados o derivados de la explotación del repertorio de la entidad.**

En el caso de la televisión de pago, la base de aplicación necesariamente debe considerar los ingresos medios por abonados, constituyendo la misma la suma de ingresos de abonados y de la publicidad directa facturada por el operador ponderados por las emisiones o transmisiones que contengan interpretaciones contenidas en el repertorio de la entidad

2. LAS SALAS DE EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICA EN COLOMBIA

2.1. Cifras del sector en Colombia

CUADRO 1 Parque de Salas de Exhibición Cinematográfica 2009

EXHIBIDOR	Complejos	Salas	Sillas	Participación Salas
Cine Colombia S.A.	32	198	42.107	36,60%
Royal Films Ltda	16	70	12.724	12,94%
Cinemark Colombia S.A.	11	64	14.427	11,83%
Procinal	17	74	11.223	13,68%
Otros exhibidores (53 empresas)	65	135	27.878	24,95%
Totales	141	541	108.359	100,00%
CIUDAD	Complejos	Salas	Sillas	Participación Salas
BOGOTA D.C.	46	213	43.476	39,37%
MEDELLIN	15	66	12.409	12,20%
CALI	11	55	10.966	10,17%
BARRANQUILLA	9	32	7.293	5,91%
Otras 39 ciudades	60	175	34.215	32,35%
Totales	141	541	108.359	100,00%

INDICADORES				
HABITANTES EN COLOMBIA 2009 Proyección DANE	45.000.000			
SALAS POR CADA 100.000 HABITANTES	1,20			
HABITANTES POR CADA SALA	83.179			
PROMEDIO SILLAS POR CADA SALA	200			
PROPORCIÓN DE MUNICIPIOS DEL PAÍS CON SALA DE CINE	3,91%			

CUADRO 2 Películas Exhibidas 1993- 2009

Año	Estrenos colombianos	Películas extranjeras clasificadas	Total películas	Porcentaje EC/TP
1993	2	274	276	0,7%
1994	1	267	268	0,4%
1995	1	249	250	0,4%
1996	3	270	273	1,1%
1997	1	251	252	0,4%
1998	4	237	241	1,7%
1999	3	243	246	1,2%
2000	4	200	204	2,0%
2001	7	196	203	3,4%
2002	4	176	180	2,2%
2003	5	170	175	2,9%
2004	8	159	167	4,8%
2005	8	156	164	4,9%
2006	8	154	162	4,9%
2007	10	188	198	5,1%
2008	13	187	200	6,5%
2009	12	206	218	5,5%

El negocio de la exhibición de cine en Colombia funciona en medio de una cadena de agentes que influyen en su desempeño, y entre los que son fundamentales, además de los propios exhibidores, otros dos agentes del sector: los distribuidores y los productores colombianos.

En el país existen cuatro grandes empresas exhibidoras (Cine Colombia, Cinemark, Procinal y Royal Films) que representan el 70% de la oferta de pantallas en todo el país, y 77 pequeñas o medianas, entre las que se cuentan salas alternas, empresas de propiedad familiar, teatros municipales o entidades que eventualmente organizan muestras y festivales.

En los últimos años han entrado a formar parte del negocio de la exhibición en Colombia, operadores nuevos con capital internacional como Cinépolis, y otros que responden a la tendencia mundial de afianzar los grandes formatos, como el caso de la Sala Imax del Centro Comercial Plaza de las Américas. Pero en general la tendencia es la desaparición de las empresas pequeñas y medianas y la consolidación de los grandes inversionistas.

En el caso de la exhibición algunas películas que en origen no son en lengua castellana han sido dobladas lo que hace que formen parte del repertorio de ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION. A efectos de cuantificar los importes debidos se presume que el 50% de las películas exhibidas han sido dobladas.

2.2. Tarifas Propuestas para ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

La tarifa a cobrar por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION **será del 4% de los ingresos netos de explotación del exhibidor comprendiendo a estos efectos los de taquilla, publicidad y servicios de restauración.**

3. PUESTA A DISPOSICIÓN

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), debe entenderse por puesta a disposición como “el derecho a autorizar la puesta a disposición del público, por medios alámbricos o inalámbricos, de cualquier interpretación o ejecución fijada en una fijación audiovisual, de modo que los miembros del público tengan acceso a dicha interpretación o ejecución desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija. Ese derecho abarca, en particular, la puesta a disposición previa petición mediante Internet”.⁹

⁹ http://www.wipo.int/treaties/es/ip/beijing/summary_beijing.html



Actualmente se tienen identificados algunos grandes operadores de televisión que han ampliado su oferta hacia el acceso a plataformas digitales de contenidos, tales como Telmex Colombia S.A. a través de “Claro Play”, Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P., a través de “Movistar Play”, UNE EPM Telecomunicaciones S.A.- UNE TELCO, a través de “UNE Play” y DIRECTV COLOMBIA LTDA, a través de “Directv Play”. Además de los grandes operadores de televisión, operadores medianos y pequeños están igualmente encaminando sus esfuerzos por la misma línea con el desarrollo de plataformas digitales de contenidos.

Netflix, uno de los principales usuarios en esta modalidad cuenta en la actualidad con más de 400.000 suscriptores solo en Colombia¹⁰ y alrededor de 100 millones de suscriptores en el mundo.¹¹

De acuerdo con la anterior definición y la relevancia de la puesta a disposición de obras audiovisuales en su actividad comercial tanto a nivel nacional como mundial, los siguientes son usuarios principales por la puesta a disposición de obras que contienen repertorio administrado por ACTORES S.C.G.:

IPTV, CANALES WEB Y PLATAFORMAS DIGITALES DE CONTENIDOS

Corresponde a aquellos operadores responsables de la puesta a disposición de obras y/o fijaciones audiovisuales en sus plataformas web o administradas por ellos.

La tarifa base propuesta por ACTORES S.C.G. para este tipo de usuarios será de CUATRO POR CIENTO (4%) sobre los ingresos del operador vinculados a la explotación del repertorio de la Sociedad.

La base de esta tarifa serán los ingresos de explotación, los que necesariamente incluirán los ingresos por abonados y venta de publicidad facturada por el operador.

¹⁰ <https://www.elheraldo.co/ciencia-y-tecnologia/asi-busca-el-gobierno-regular-los-netflix-en-colombia-413403>

¹¹ <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/numero-de-suscriptores-de-netflix-en-todo-el-mundo-110256>

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/asi-le-ha-ido-a-netflix-en-lo-corrido-del-2017-506922>

B. USUARIOS SECUNDARIOS DEL REPERTORIO (Uso accesorio)

1. Medios de transporte colectivo de viajeros

En Colombia el transporte de viajeros es una realidad creciente en todos los órdenes dado el desarrollo económico de la República, así como su importancia como destino turístico.

El Transporte aéreo con ocho millones novecientos mil (8.900.000) pasajeros en 2008 y, de ellos, más del 50% de procedencia o destino internacional. El operador de referencia es AVIANCA que cuenta con una flota próxima a la treintena de aeronaves de medio y largo recorrido.

El transporte por carretera con un parque cercano a dieciséis mil (16.000) vehículos propiedad de quinientas cuatro (504) empresas autorizadas y siendo el viaje medio de 380 km.

En lo referido al transporte en barco existen 81 empresas autorizadas al transporte de viajeros. No obstante el número de transbordadores con matrícula colombiana únicamente asciende a 17 embarcaciones ya que el tráfico principal es básicamente fluvial.

1.1. Tarifas a cobrar por ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN

1.1.1. Aeronaves y Ferroviario

Entre las alternativas, parece más correcto el sistema de cantidades fijas pero modulables ya que otro sistema puede hacer depender el recaudo de los derechos de los artistas de los costos y demanda de un servicio ajeno a la explotación de una obra audiovisual.

El sistema vigente en España se adapta mejor por cuanto se ajusta en función de la capacidad de los aviones, máxime si tenemos en cuenta que el uso de grabaciones audiovisuales es frecuente en vuelos de largo recorrido, generalmente internacionales, que se sirve de aeronaves de mayor capacidad.

Además, de cara la previsión de acuerdos sectoriales el sistema es fácilmente ponderable por el índice de ocupación de la línea aérea en este tipo de servicios.

En cuanto a la cantidad, dada la peculiaridad del mercado colombiano es necesario hacer una acotación. El grupo AVIANCA tiene en 2010 treinta aeronaves que ofertan 4900 plazas.



La tarifa propuesta por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION se fija en 1.300 pesos colombianos por plaza ocupada al mes.

1.1.2. Embarcaciones (transporte fluvial y marítimo)

La tarifa propuesta por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION sería la siguiente: buques o embarcaciones con servicio regular una cantidad mensual que deberá oscilar entre \$18.000 y \$65.000 pesos en función del pasaje y para los cruceros turísticos una cantidad por trayecto no inferior a los \$5.000.000 pesos colombianos.

1.1.3. Resto de Transportes

La tarifa propuesta por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION sería la siguiente: vehículos con servicio regular una cantidad mensual que deberá oscilar entre dieciocho mil pesos (\$18.000) y sesentaicinco mil pesos (\$65.000) en función de la capacidad .

2. Hoteles y otros establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje hacen diferentes actos de explotación, básicamente son la comunicación al público en zonas comunes, la retransmisión de señales de televisión a las habitaciones y el llamado “pay per view” o video bajo demanda.

2.1. El sector hotelero en Colombia

El sector hotelero en Colombia ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años como consecuencia del incremento de turistas de terceros países. Colombia contaba en 2006 con 1572 hoteles que ofertan 57.485 habitaciones y que con un porcentaje de ocupación del 56,4% vendieron cerca de 21.900.000 noches a un precio medio 166 COLP lo que impronta unos ingresos por habitaciones de 3.635,4 MCOLP.

El sector se organiza en COTELCO¹² organización gremial que agrupa a 740 establecimientos hoteleros con una disponibilidad de 33.383 habitaciones hoteleras, equivalentes al 57,4% de las habitaciones disponibles a nivel nacional. El tamaño promedio de los hoteles afiliados a COTELCO es de 45 habitaciones, mientras el promedio de los hoteles a nivel nacional es de 37 habitaciones.

¹² www.cotelco.org/estadisticas/2008/OHC_2007.pdf

Cuadro No 17
Impacto Industria Hotelera en Colombia 2003—2007

Concepto / Año	2003	2004	2005	2006	2007
Tarifa promedio	125.537	137.482	140.539	166.610	176.178
Ventas totales (Billones \$)	2.00	2.33	2.52	3.17	3.55
Número de habitaciones	54.920	55.417	56.006	57.485	58.145
Porcentaje de ocupación	49.10%	51.20%	54.10%	56.40%	56.45%
Ventas habitaciones / Venta total	61.50%	61.10%	61.60%	62.20%	59.41%
U.A.C.F. (Billones \$)	0.39	0.53	0.72	0.98	1.14
Número de habitaciones vendidas	9.842.488	10.356.329	11.059.225	11.833.862	11.980.341
Noches vendidas	19.684.976	19.366.335	20.660.750	21.892.645	21.924.024
Huéspedes	9.941.907	10.139.442	10.827.618	10.088.776	11.128.946
Gastos en publicidad (m.m. \$)	68.3	83.9	83.2	98.2	96.1
Gastos en mantenimiento (m.m. \$)	82.3	100.2	85.8	104.6	128.7
Empleos directos	42.288	45.442	40.324	40.240	46.873

22. Tarifas cobradas por ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTIÓN

La disparidad de los sistemas vigentes en otros estados en los que no coinciden la metodología ni los actos de explotación que se tarifican hacen recomendable que la tarifa sea fijada desde su base.

Para ello se propone distinguir entre los diferentes actos de explotación y en cada caso adoptar la tarifa de más sencilla aplicación.

- **Para zonas comunes:** un importe mensual de 11.000 pesos por aparato de televisión.
- **Para actos de comunicación pública en las habitaciones de los hoteles**

Categoría del establecimiento	*	**	***	****	*****
Por habitación disponible al mes	\$1.000	\$2.100	\$2.970	\$3.960	\$6.000

- **Para Video bajo demanda**

Una cantidad de 9.000 pesos por visión limitado al 2,8% de los ingresos generados por esta actividad.

3. Bares, restaurantes, cafeterías u otros comercios con aparato de televisión

En los sistemas comparados no coinciden la metodología ni los actos de explotación que se tarifican, motivo por el cual la tarifa sea fijada ex novo.

Por ello se fija inicialmente una tarifa universal de aplicación fácil, estableciendo una cantidad mensual por aparato receptor de televisión.

La cantidad en sintonía con la propuesta para las zonas comunes de los hoteles sería de once mil pesos (\$11.000) al mes por cada receptor.

4. Actividades de puesta a disposición interactiva de obras y grabaciones audiovisuales por medios digitales

En esta forma de comunicación pública reconocida a los actores en la ley colombiana es prácticamente imposible definir el mercado toda vez que este tipo de actos en la actualidad se enmarcan como una opción de los operadores de televisión de pago sin desarrollo independiente en la red.

4.1. Tarifas fijadas por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

La tarifa propuesta para ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION sería la siguiente:

	TARIFA
ACTOS DE PUESTA A DISPOSICION EN MEDIOS DIGITALES	4% de los ingresos generados por la actividad.

5. ARRENDAMIENTO DE OBRAS AUDIOVISUALES

En esta forma de explotación reconocida a los actores sólo tenemos como referencia metodológica las tarifas fijadas por AISGE Y CHILEACTORES que son idénticas en su metodología a la propuesta a continuación.

5.1. Tarifas fijadas por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION

Dado que se trata de una tarifa a fijar ex novo ACTORES, SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION adoptará una metodología similar a la de AISGE y de CHILEACTORES.

Superficie destinada al alquiler	Tarifa Trimestral de ACTORES
De 0 a 60 m ²	\$115.000.- pesos
De 60 a 120 m ²	\$155.000.- pesos
De 121 a 170 m ²	\$195.0500.- pesos
De 170 a 300 m ²	\$220.500.- pesos
Más de 300 m ²	\$248.000.- pesos

El importe total de la remuneración a percibir por ACTORES SOCIEDAD COLOMBIANA DE GESTION no podrá exceder en ningún caso del 4 % de la facturación del usuario en concepto de alquiler de obras y grabaciones audiovisuales.”

IV. CUADRO RESUMEN DE PROPUESTA DE TARIFAS

USUARIO	TARIFA PROPUESTA	BASE OBSERVACIONES
Televisiones en abierto	4%	Ingresos de explotación vinculados excepto financieros y por venta de programas
Operadores de Cable	4%	Ingresos de explotación vinculados excepto financieros y por venta de programas e incluidas la cuotas de abonados
Salas de Cine	4%	Ingresos netos de taquilla y resto de ingresos de explotación
Transporte Aeronaves	\$1.300 pesos/plaza/mes	En función de la

y Ferroviario		capacidad
Transporte Embarcaciones	\$18.000-\$65.000 pesos/mes	En función de la capacidad
Transporte Embarcaciones Cruceros	\$5.000.000 pesos	único por trayecto
Resto Transportes	\$18.000-\$65.000 pesos/mes	En función de la capacidad
HOTELES ACTOS DE RETRANSMISION		
*****	\$6.000 pesos	Habitación disponible/mes
****	\$3.960 pesos	Habitación disponible/mes
***	\$2.970 pesos	Habitación disponible/mes
**	\$2.100 pesos	Habitación disponible/mes
*	\$1.000 pesos	Habitación disponible/mes
HOTELES ZONAS COMUNES		
Única	11.000pesos	Por aparato receptor TV
HOTELES VIDEO BAJO DEMANDA		
Única	\$9000 pesos/visión	Limitado al 2,8% de los ingresos de la actividad
Establecimientos abiertos al público	\$11.000 pesos	Por aparato receptor TV
Puesta a Disposición en redes digitales	4%	Ingresos de la actividad
Arrendamiento de Video	Cantidad por superficie local	Limitado al 4% de los ingresos de la actividad

El presente reglamento fue aprobado por el Consejo Directivo de ACTORES S.C.G. el día 27 de febrero de 2012 y ratificado por su Asamblea General el 5 de marzo del mismo año. Su modificación fue aprobada por el Consejo Directivo de ACTORES S.C.G. el día 14 de febrero de 2018 y ratificado por su Asamblea General el día 11 de marzo de 2018.

(Fin del documento)