



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO 1155 DE 2013
(28 ENE 2013)

Radicación: 12-086114

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

EL SUPERINTENDENTE DELEGADO PARA LA PROTECCIÓN DE LA COMPETENCIA

En ejercicio de las facultades legales, en especial de las previstas en el artículo 1 numerales 2 y 3, y en el artículo 9 numeral 4, del Decreto 4886 de 2011, y,

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia establece que “[...] *la libre competencia económica es un derecho de todos [...]*” y “[...] *el Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional*”.

SEGUNDO: Que el artículo 3 de la Ley 1340 de 2009 estableció como propósitos de las actuaciones administrativas “[v]elar por la observancia de las disposiciones sobre protección de la competencia; atender las reclamaciones o quejas por hechos que pudieren implicar su contravención y dar trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar en particular los siguientes propósitos: *la libre participación de las empresas en el mercado, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica*”.

TERCERO: Que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1, numeral 3 del Decreto 4886 de 2011, es función de la Superintendencia de Industria y Comercio “[c]onocer en forma privativa de las reclamaciones o quejas por hechos que afecten la competencia en todos los mercados nacionales”.

CUARTO: Que el numeral 4 del artículo 9 del Decreto 4886 de 2011, establece como funciones del Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia “[f]ramitar, de oficio o por solicitud de un tercero, averiguaciones preliminares e instruir las investigaciones tendientes a establecer infracciones a las disposiciones sobre protección de la competencia [...]”.

QUINTO: Que a la Delegatura para la Protección de la Competencia, fue allegado de manera anónima un documento denominado “*Convenio de Concertación entre Agencias de Casting*”, suscrito entre las empresas SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S., ZOOMPRODUCCIONES LTDA, CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S., LION PRODUCCIONES S.A. y MANTICORA CASTING, en agosto de 2011, cuya finalidad era la de concertar, entre otros puntos, las tarifas relacionadas con los servicios prestados por los modelos que las mismas representan.

SEXTO: Que para dar inicio a la actuación administrativa, se radicó de oficio el documento mencionado anteriormente con el No.12-086114-00000-0000 del 24 de mayo de 2012.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

SÉPTIMO: Que con el fin de determinar si el “*Convenio de Concertación entre Agencias de Casting*” transgredía la normatividad nacional en materia de libre competencia, esta Delegatura realizó las siguientes actuaciones:

- 7.1. El 17 de julio de 2012, se realizó visita administrativa a las siguientes agencias de casting: LION PRODUCCIONES S.A., CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S., MANTICORA CASTING., SILOE CASTING COLOMBIA S.A.S. y ZOOMPRODUCCIONES LTDA.
- 7.2. Durante las visitas realizadas el 17 de julio de 2012, se requirió información a LION PRODUCCIONES S.A., quien contestó mediante el documento radicado con el número 12-086114-9. De igual forma, las sociedades SILOE CASTING COLOMBIA S.A.S. y ZOOMPRODUCCIONES LTDA fueron requeridas en dicha visita, las cuales dieron respuesta con radicados No. 12-054177-10 y 12-054177-16 respectivamente.
- 7.3. El seis (6) de septiembre de 2012, se realizó visita administrativa a las siguientes Agencias de Publicidad¹: IPG MEDIABRANDS S.A., SANCHO BBDO WORLDWIDE INC S.A., MCCANN ERICKSON CORPORATION S.A., LOWE SSPM S.A., YOUNG & RUBICAM BRANDS LTDA, REP GREY WORLDWIDE S.A., DDB WORLDWIDE COLOMBIA S.A. y J. WALTER THOMPSON COLOMBIA. Durante la actuación, se realizó requerimiento de información a las siguientes agencias mencionadas, con el fin de conocer el mercado en el que participan y su relación con las agencias de casting.
- 7.4. Con la finalidad de garantizar la cadena de custodia de los documentos recaudados durante las visitas llevadas a cabo a las agencias de publicidad, el 13 de septiembre de 2012, en las instalaciones de esta Entidad, se realizó la diligencia de sellamiento de la información recaudada, en presencia del doctor SANTIAGO MÁRQUEZ ROBLEDO² y se programaron y realizaron las Diligencias de Apertura y Depuración como consta a continuación:
 - El 24 de septiembre REP GREY WORLDWIDE S.A.³
 - El 2 de octubre MCCANN ERICKSON CORPORATION S.A.⁴
 - El 3 de octubre J WALTER THOMPSON COLOMBIA LTDA⁵
 - El 3 de octubre YOUNG & RUBICAM BRANDS LTDA⁶
 - El 13 de octubre DDB WORLDWIDE COLOMBIA S.A.⁷

OCTAVO: Que con base en lo anterior, y previo a determinar si existe mérito para iniciar investigación por la presunta violación de las normas sobre protección de la competencia, esta Delegatura describirá las principales características y estructura del mercado en el que participan las agencias de casting.

¹ Las actas de inspección relacionadas con la visita administrativa del 6 de septiembre de 2012 a las agencias de publicidad fueron radicadas con los siguientes números: 12-086114-18 para REP GREY WORLDWIDE S.A., 12-086114-36 para MCCANN ERICKSON CORPORATION S.A., 12-086114-37 para SANCHO BBDO WORLDWIDE INC S.A., 12-086114-38 para LOWE SSPM S.A., 12-086114-41 para YOUNG & RUBICAM BRANDS LTDA, y 12-086114-42 para J. WALTER THOMPSON COLOMBIA.

² Diligencia de sellamiento de la información obtenida en la visita administrativa del día 6 de septiembre de 2012. Folio 1037.

³ Folio 646.

⁴ Folio 1084.

⁵ Folio 1421.

⁶ Folio 1414.

⁷ Folios 1735 a 1738.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

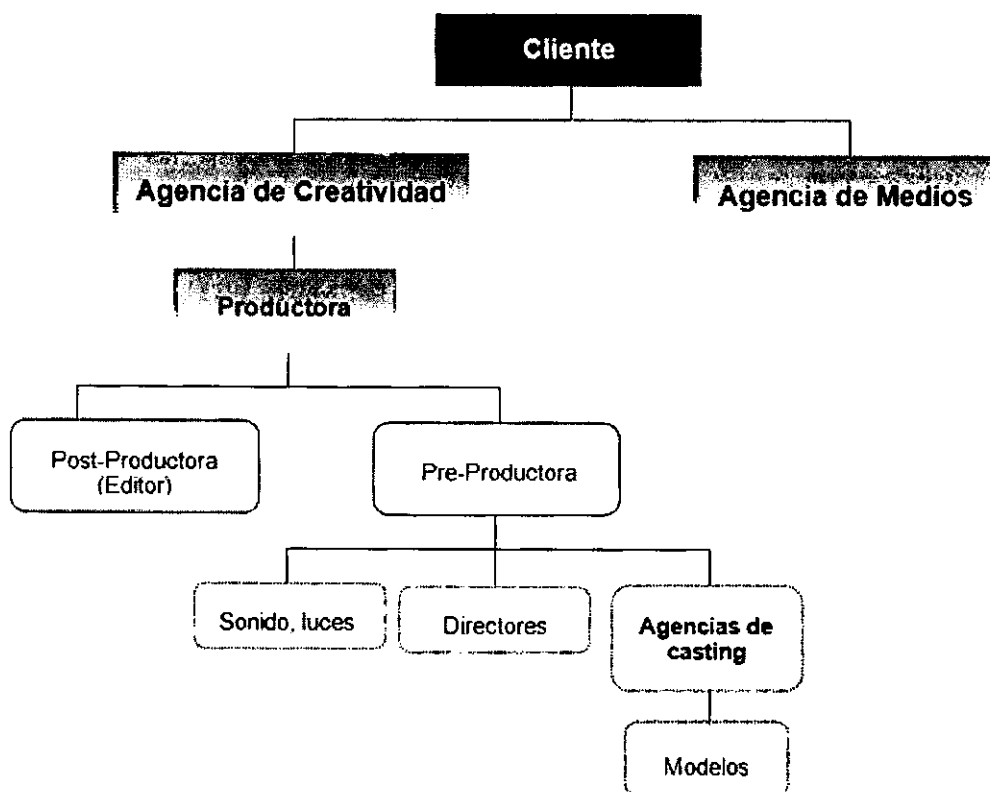
8.1. Descripción general del mercado de publicidad

Dentro del mercado que es objeto de análisis hacen parte diversos agentes que orientan su actividad al proceso productivo, elementos y forma de organización, empleados para realizar una pauta publicitaria emitida en diversos medios de comunicación tales como: televisión, Internet, fotográficos (catálogos, revistas y prensa) y alternativos (vallas móviles, circuitos cerrados).

8.1.1. Agentes que participan en el mercado

La Figura No.1, muestra la cadena de valor de la producción de pautas publicitaria en el territorio nacional, así como los agentes que intervienen en la misma:

**Figura No. 1
Mercado de la Producción Audiovisual para Publicidad en Colombia**



Fuente: Elaboración Superintendencia de Industria y Comercio con base en información que obra en el expediente.

Como lo muestra la Figura No. 1 los agentes que participan en la Industria de la producción de pautas publicitarias en Colombia son los siguientes:

- a) Agencia de creatividad o publicidad: Se dedica a la asesoría, planeación, diseño, y creación de campañas publicitarias que construyen marcas sólidas y ayudan a generar preferencias por ellas entre los consumidores.
- b) Productora: Se dedica a la ejecución de la propuesta elaborada por la agencia de publicidad una vez ésta ha sido aprobada.

[Handwritten signature]

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

- c) Pre-Productora: Realiza el "scouting", definido como la búsqueda de locaciones para cine, televisión, comerciales y fotografía, así como también a la organización de todo aquello necesario para la producción como luces, sonido, directores de arte, guionistas y modelos.
- d) Post-Productora: Se encuentra en la última etapa del proceso de producción de una pauta publicitaria; se dedica a la edición, sincronización y efectos especiales.
- e) Agencia de medios: Su función principal es la asesoría y montaje de estrategias para la difusión de los mensajes de las campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación.
- f) Agencias de casting: Se dedican al reclutamiento de modelos; entendidos éstos como cualquier persona que presta su imagen para la realización de proyectos de publicidad. Asimismo prestan el servicio de casting para publicidad, televisión, cine, y dramatizados tanto a nivel nacional como internacional.

Es necesario anotar que las actividades antes mencionadas, pueden ser ofrecidas por una única empresa.

8.1.2. El mercado de la publicidad en Colombia

La publicidad se caracteriza por ser una industria cultural o creativa⁸ que abarca las actividades de concepción, diseño, producción, comercialización, y exhibición de mensajes destinados a consumidores potenciales a través de los distintos medios de comunicación.

De manera general, la empresa interesada en publicitar uno de sus bienes o servicios, contrata a una agencia de creatividad para que ésta le sirva como asesora en el diseño, creación y planeación de las campañas. La vinculación se realiza mediante un contrato de mandato⁹ en virtud del cual se desarrollan las diferentes pautas publicitarias según el calendario acordado.

Para la realización de un proyecto específico, la agencia de publicidad ejecuta la parte creativa de una campaña, diseña la estrategia y de la mano con las agencias de medios, escoge los medios a través de los cuales se hará la difusión.

Cuando la propuesta es aprobada por el cliente, para la ejecución del proyecto, la agencia subcontrata según su necesidad, a una productora, la cual se encargará de proveer los elementos necesarios para poner en marcha el proyecto: directores, guionistas, locación, cámaras, iluminación, maquillaje, modelos y cualquier otro elemento que se considere necesario.

Una vez se obtiene el producto final, es la agencia de medios la que se encarga de darle difusión según lo acordado con el cliente.

⁸Fuente: De acuerdo con la Unesco "El concepto de industrias culturales, también llamadas "industrias creativas" o industrias de contenidos incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Para algunos países, este concepto también abarca la arquitectura, las artes visuales y de performances, deportes, manufactura de instrumentos musicales, anuncios y turismo cultural". En: www.unesco.org. Políticas para la Creatividad. Guía para el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas.

⁹El contrato de mandato suscrito entre la agencia de publicidad y la empresa puede ser de carácter general o de manera específica para una campaña.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

Es necesario anotar que, si bien la agencia de publicidad es la encargada de gerenciar el proyecto, es el cliente quien toma la decisión final, no solo sobre el producto consolidado, sino también sobre todos los pasos que adelante la agencia de publicidad, so pena de no reembolsarle los gastos en los que incurra¹⁰.

8.2. Definición preliminar del mercado presuntamente afectado: servicios ofrecidos por las agencias de casting en el territorio nacional

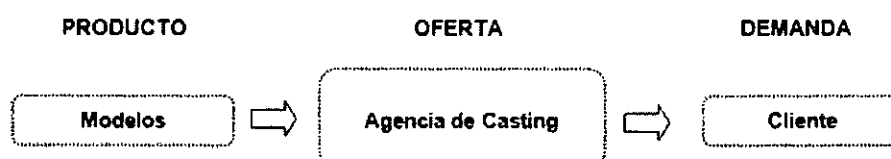
Como se señaló, uno de los elementos necesarios en una producción es la participación de modelos, cuya contratación puede ser realizada directamente o a través de un intermediario como las agencias de casting. En éste último caso, las agencias de casting actúan como representantes de los modelos ante los diferentes agentes de mercado. Son éstas quienes negocian las condiciones de la prestación del servicio y a través de las cuales se realiza el pago de los honorarios generados por el servicio de modelaje.

Es importante señalar que las agencias de casting como parte de su actividad económica, cobran, entre otros, por los siguientes servicios:

- Servicio de casting según los requerimientos del personaje.
- Honorarios por modelo, según los medios, tiempo y países que incluye la pauta (se discrimina por producto audiovisual o fotográfico, tipo de modelo y países),
- Re-emisión del comercial; si el cliente decide volver a pautar el mismo comercial, se cobra un valor extra.

Teniendo en cuenta los múltiples eslabones y agentes que intervienen en la producción audiovisual publicitaria, esta Delegatura considera, de manera preliminar, que el mercado potencialmente afectado con el "*Convenio de Concertación entre Agencias de Casting*", eje de la posible conducta, es el de servicios ofrecidos por las agencias de casting; mercado que comprende desde el punto de vista de la oferta, tanto la prestación del servicio de casting, como la promoción de la imagen de modelos con fines publicitarios y desde el punto de vista de la demanda, el requerimiento de modelos para la realización de una pauta publicitaria, como se muestra en la siguiente gráfica:

Figura No. 2.
Mercado de servicios ofrecidos por las agencias de casting



Fuente: Elaboración Superintendencia de Industria y Comercio.

NOVENO: Que una vez descrito el mercado potencialmente afectado, al analizar el contenido del "*Convenio de Concertación entre Agencias de Casting*" y con el objeto de determinar si existe mérito para iniciar investigación por la presunta violación de la normatividad de protección de la libre competencia, específicamente por el numeral 1 del

¹⁰El costo total de una campaña publicitaria incluye la parte creativa, la producción y la planeación en los medios, costos directamente cargados al cliente, más los costos netos del espacio publicitario en el medio escogido.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

artículo 47 del Decreto 2153 de 1992, por parte de las agencias de casting SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S., ZOOMPRODUCCIONES LTDA, CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S., LION PRODUCCIONES S.A. y MANTICORA CASTING, esta Delegatura realizó el siguiente análisis:

9.1. Acuerdos cuyo objeto o efecto es la fijación directa o indirecta de precios

En relación con los acuerdos o convenios que tengan como objeto o efecto limitar algún factor de competencia entre agentes económicos, el artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 especificó como uno de los acuerdos que restringen, limitan o distorsionan la libre competencia económica aquellos cuyo objeto o efecto es la fijación directa o indirecta de precios, en los siguientes términos:

"ARTICULO 47. ACUERDOS CONTRARIOS A LA LIBRE COMPETENCIA.
Para el cumplimiento de las funciones a que se refiere el artículo 44 del presente Decreto se consideran contrarios a la libre competencia, entre otros, los siguientes acuerdos:

1. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios." (Subrayado fuera del texto).

Este artículo hace referencia a acuerdos mediante los cuales agentes económicos – normalmente competidores que se encuentran en un mismo eslabón– reducen o eliminan la competencia entre ellos, sustituyendo ésta por una cooperación que les permita evitar el riesgo que conlleva disputarse clientes por la vía de ofrecer condiciones más favorables (entre estas el precio ofrecido) que las de los rivales.

La prohibición de fijar los precios obedece a una regla elemental, según la cual dentro de una economía de libre mercado, los precios deben ser fijados de conformidad con el libre juego de la oferta y la demanda¹¹.

9.2. Convenio suscrito entre las agencias de casting

Mediante documento autenticado ante la Notaría 42 de Bogotá, en mayo de 2011, las agencias SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S., ZOOMPRODUCCIONES LTDA, CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S., LION PRODUCCIONES S.A. y MANTICORA CASTING, suscribieron el acuerdo denominado "*Convenio de concertación entre Agencias de Casting*", mediante el cual acordaron:

¹¹ Así lo explica la doctrina al señalar que: "...[c]uando la propiedad privada y la libertad de intercambio están presentes, los precios del mercado registran las elecciones literalmente de millones de consumidores, productores y proveedores de recursos y las ponen en armonía. Los precios reflejan la información acerca de consumidor, costos y asuntos relacionado con oportunidad del momento, localización y circunstancias, que está mucho más allá de la comprensión de cualquier individuo o autoridad de planeación central. Este único dato sumario – el precio de mercado – proporciona a los productores todo lo que ellos necesitan saber para poner en armonía sus acciones con las acciones y preferencias de los demás. El precio del mercado dirige y motiva a productores y proveedores de recursos, para que ofrezcan esas cosas que los demás valoran altamente en relación con los costos de las mismas. GWARTNEY, James D., STROUP, Richard. Lo que todos deben saber sobre economía y prosperidad. Fondo editorial Legis 1994. Pags 30 y 31. Citado en Concepto SIC. 02005666 del 28 de febrero de 2002.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

"A. LAS AGENCIAS DE CASTING EN SU RELACIÓN CON LOS MODELOS

1. *Formalización y estandarización de preacuerdos y contratos con los modelos, de manera que no se celebren acuerdos verbales, y se procure manejar un mismo modelo de documento por parte de todas las agencias de casting.*
2. *Consulta previa a los modelos, e información a ellos sobre los pormenores del proyecto.*
3. *Cabalidad de servicio en la contratación de los modelos, de manera que se establezca que los modelos no hayan participado en publicidad de bienes y/o servicios que constituyan competencia directa con las actividades de quien requiere en el presente sus servicios.*
4. **Tarifas aplicables.**
5. *Formas de pago. Establecerlas de manera expresa y precisa.*
6. *Horarios.*
7. *Exigencia del cumplimiento de la afiliación de los modelos al sistema general de seguridad social, así como el cumplimiento de los requerimientos tributarios que les correspondan.*
8. *Modificaciones a las condiciones acordadas en relación con las fechas de rodaje.*
9. *Pago oportuno de las facturas o cuentas de cobro a los modelos, y respeto a las condiciones de negociación acordadas con ellos.*

B. LAS AGENCIAS DE CASTING EN SU RELACIÓN CON LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD, LAS PRODUCTORAS Y LAS PRE PRODUCTORAS

1. **Elaboración de cotizaciones de conformidad con tabla de tarifas y derechos debidamente consensuada, y determinación de las condiciones de pago.**
2. *Elaboración de Orden de trabajo u orden de compra de la Agencia, Preproductora o Productora que solicita el servicio.*
3. *Establecimiento de las condiciones del servicio, en la Orden de Servicio o Proyecto emitida por las Agencias de Casting para la Agencia de Publicidad, Preproductora o Productora a ser firmada por las partes.*
4. *Debida antelación en la notificación de modificaciones a las condiciones de las órdenes de servicio inicialmente acordadas, y formalización de las modificaciones mediante documento escrito y firmada por las partes.*
5. *Establecimiento en las órdenes de servicio de las Agencias de Casting, de las condiciones del servicio respecto de los Modelos Principales, Secundarios y los Extras.*
6. *Establecimiento en las órdenes de servicio de las Agencias de Casting, de los horarios de los modelos, y reconocimiento a ellos de subsidio de transporte en horarios especiales.*
7. *Información escrita a los clientes, con la debida antelación, sobre cambios en el aspecto y disponibilidad de los modelos.*
8. *Condiciones de facturación y de pago.*
9. *Determinación en los documentos donde se establecen las condiciones de la negociación, de la responsabilidad civil a cargo de la Productora o Preproductora, por siniestros que ocurran en el proceso de rodaje, y la cobertura adecuada mediante póliza de seguros.*
10. *Determinación de un mecanismo de comunicación entre las Agencias de Casting, con el propósito de suministrarse mutuamente información sobre alguna orden de servicio, cuando quiera que exista por parte de terceros información*

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

- malintencionada en relación con las condiciones acordadas en ese determinado proyecto, que persiga erosionar las relaciones de confianza entre las agencias.*
11. *Solicitud de una preselección fotográfica de la carpeta de la Junta, en la Junta de Preproducción, con el propósito de que a las preselecciones se les informe acerca de las modificaciones de fecha, y para que se "libere" a quienes no están preseleccionados.*
 12. *Requerimiento a las productoras para que informen a las Agencias de Casting todas las "story board" (aproximación comercial) del proyecto.*
 13. *Envío de correo electrónico a la preselección informándoles sobre fechas y cualquier otro aspecto pertinente del rodaje.*
 14. *Determinación contractual, preferentemente por escrito, de sus relaciones de prestación de servicios". (Negritas y subrayado fuera del texto original).*

Como pudo observar esta Delegatura, uno de los criterios concertados por las agencias de casting, fue la fijación de las tarifas mínimas que cobrarían las mismas por los servicios antes mencionados, respecto de los modelos y aplicables a los diferentes agentes participantes en el mercado de la publicidad, para lo cual, al texto del acuerdo se anexan las tablas que se muestran a continuación:

**Tabla No. 1.
VALORES MÍNIMOS DE DERECHOS AUDIOVISUALES: BASE DERECHOS PARA
COLOMBIA
(Pesos Colombianos Año 2012)**

	Honorarios para Modelos		Honorarios para Casting	
Mínimo Derecho para Colombia Protagonista	\$1.000.000	Tiene Prueba, la historia se centra en él	\$800.000	Se envía prueba
Mínimo Derecho para Colombia Co-protagonista	\$800.000	Tiene Prueba, pero no es el principal	\$700.000	Se envía prueba
Mínimo Derechos para Colombia Secundario	\$600.000	No tiene prueba, no tiene texto	\$500.000	Registro
Mínimo Derechos para Colombia Personaje Figurante	\$400.000	No tiene prueba, no tiene texto, no hace ninguna aparición importante	\$350.000	Foto
Mínimo Derechos para Colombia Personaje Grupal. Extras	\$100.000	No firma contrato, no se ve su rostro, no se identifica	\$50.000	No se envía, ni foto, ni registro
Manos o Pies	\$400.000	No firma contrato, no se ve su rostro, no se identifica	\$350.000	Se envía registro

Valores Base (Derechos por Colombia)		Protagonista	Secundario	Pers. Grupal
FULL RELEASE AUDIOVISUAL	300%	\$3.000.000	\$2.400.000	\$1.800.000
FULL RELEASE (TV, CINE, CABLE, INTERNET)	230%	\$2.300.000	\$1.840.000	\$1.380.000
PAQUETE TV CABLE E INTERNET	200%	\$ 2.000.000	1.600.000	1.200.000
MEDIOS ALTERNATIVOS (PAQUETE)	120%	\$ 1.200.000	\$960.000	720.000
INTERNET - ON LINE VIRAL	80%	\$800.000	\$640.000	\$480.000

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

CABLE	100%	\$1.000.000	\$800.000	\$600.000
CINE	50%	\$500.000	\$400.000	\$300.000
PANTALLAS LEDS	50%	\$500.000	\$400.000	\$300.000
VALLAS MOVILES	50%	\$500.000	\$400.000	\$300.000
CIRCUITO CERRADO DE TELEVISION	50%	\$500.000	\$400.000	\$300.000

Fuente: Convenio de Concertación entre las Agencias de Casting¹²

Tabla No. 2.¹³
VALORES MÍNIMOS DE DERECHOS FOTOGRAFICOS PARA COLOMBIA
(Pesos Colombianos Año 2012)

	Honorarios Para Modelos	Honorarios Para Casting
Mínimo Derecho para Colombia Protagonista	\$800.000	\$700.000
Mínimo Derecho para Colombia Co-protagonista	\$700.000	\$600.000
Mínimo Derechos para Colombia Secundario	\$130.000	\$50.000
Manos o Pies	\$400.000	\$350.000

Valores Base (Derechos por Colombia)		Protagonista	Secundario	Pers. Grupal
TODOS LOS MEDIOS FOTOGRAFICOS SIN EMPAQUE (BY OUT)	500%	\$4.000.000	\$3.500.000	\$650.000
FULL RELEASE FOTOS (POP, PRENSA, REVISTA, EXTERIOR)	250%	\$2.000.000	\$1.750.000	\$325.000
PAQUETE FULL RELEASE FOTOS + INTERNET	300%	\$2.400.000	\$2.100.000	\$390.000
INTERNET-ON LINE VIRAL	100%	\$800.000	\$700.000	\$130.000
VALLAS Y/O EUCOLES	120%	\$960.000	\$840.000	\$156.000
VAYAS MOVILES	100%	\$800.000	\$700.000	\$130.000
REVISTAS Y PRENSA	100%	\$800.000	\$700.000	\$130.000
POP (PUBLICIDAD DENTRO DE LOS PUNTOS DE VENTA)	100%	\$800.000	\$700.000	\$130.000
MERCHANDISING	80%	\$640.000	\$560.000	\$104.000
FOLLETOS Y BROCHURE	70%	\$560.000	\$490.000	\$91.000
CORREO DIRECTOR	100%	\$800.000	\$700.000	\$130.000
CATÁLOGO	150%	\$1.200.000	\$1.050.000	\$195.000
EMPAQUE	500%	\$4.000.000	\$3.500.000	\$650.000

Fuente: Convenio de Concertación entre las Agencias de Casting.

¹² Folio 41.

¹³ Folio 45.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

9.2.1. Mecanismos de seguimiento y vigilancia del Acuerdo

Adicionalmente, el mencionado acuerdo, estableció la creación de un comité de administración integrado por las agencias de casting, el cual tenía las siguientes funciones:

- a) Difundir y promover el convenio
- b) Recibir solicitudes de adhesión al convenio
- c) Actualizar el registro de agencias de casting que se adhieran al convenio
- d) Recibir las solicitudes de separación del convenio

Igualmente, se estableció que el comité tendría la facultad de imponer las siguientes sanciones por la contravención de las obligaciones y compromisos adquiridos:

- a) Amonestación escrita
- b) Multas desde 1 hasta 3 salarios mínimos
- c) Suspensión hasta por 3 meses
- d) Expulsión

Por su parte, en relación con la aplicación del acuerdo, la representante legal de la agencia SILOÉ CASTING COLOMBIA S.A.S., durante el transcurso de la visita llevada a cabo en esa sociedad, señaló¹⁴:

"Las agencias de casting (ELIANA GALAN, ZOOMPRODUCCIONES, LION CASTING, MANTICORA Y SILOE) suscribieron el "Convenio de Concertación entre Agencias de Casting" con el fin de establecer ciertas condiciones contractuales entre agencia, modelos y cliente, entre las cuales se encuentran formatos de contratos y ordenes de producción. Igualmente, concertaron unas tablas de tarifas aplicables según el producto.

Teniendo en cuenta la cercanía entre las agencias y en cumplimiento del acuerdo suscrito, cuando a una de ellas les es ofrecido un valor inferior al que se encuentra en la tabla, se comunican para que todas estén de acuerdo".

9.3. El objeto del acuerdo en el numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992

El artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 proscribe y sanciona por igual el objeto como el efecto de los acuerdos anticompetitivos. Lo anterior se traduce en que basta simplemente que cualquiera de ellos tenga lugar para que la conducta sea considerada ilegal¹⁵.

La mera manifestación de voluntades encaminada a infringir las normas de competencia, por ejemplo, mediante la fijación de precios, es censurable en la medida en que potencialmente podría causar perjuicios al mercado. De lo contrario, tendría entonces que aguardarse a que se produzca una lesión efectiva en el mercado para reprimir la conducta, borrando la función preventiva que le corresponde a esta Superintendencia.

¹⁴Folio 63.

¹⁵ Al respecto la Resolución 088732 de 2002 de la Superintendencia de Industria y Comercio indica que el artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 prohíbe tanto los acuerdos que tengan por objeto, como los que tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios. Es decir, la norma en comento contempla dos supuestos fácticos distintos e independientes, los cuales comportan un carácter restrictivo de la competencia, sin que sea necesario que se acrediten en forma conjunta o concomitante, bastando simplemente que cualquiera tenga lugar para que la conducta entrañe una ilegalidad.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

Por consiguiente, la configuración de la conducta de que trata el numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 surge con la sola realización de un acuerdo cuyo objeto sea la fijación de los precios por parte de empresas que compiten en un mercado, sin entrar a hacer valoraciones de tipo subjetivo, la buena fe de los investigados¹⁶ o de los fines ulteriores que hayan precedido la conducta de las empresas.

En suma, al observar que SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S., ZOOMPRODUCCIONES LTDA, CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S., LION PRODUCCIONES S.A. y MANTICORA CASTING celebraron un contrato escrito en el cual una de sus cláusulas consistió en el acuerdo de las tarifas mínimas que deberían cobrar las empresas para la prestación de los servicios, conducta que en principio tendría como objeto afectar las condiciones de competencia en el mercado nacional en el que las mencionadas agencias desarrollan su actividad, en los términos del numeral 1 del artículo 47 del decreto 2153 de 1992. Por lo tanto, esta Delegatura encuentra que se trata de una conducta suficientemente significativa para abrir una investigación por la presunta violación a las normas de protección de la libre competencia.

DÉCIMO: Que según lo establecido en el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009, que modificó el numeral 16 del artículo 4 del Decreto 2153 de 1992, son sujetos de las sanciones allí contempladas, las personas que colaboren, faciliten, autoricen, ejecuten o toleren conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia establecidas en la Ley 155 de 1959, el Decreto 2153 de 1992 y las demás normas que la complementen o modifiquen.

En el presente caso, y con base en la información recaudada por esta Delegatura, se presume que los representantes legales de las agencias de casting: ERNESTINA EMILIA APARICIO FRANCO y LUZ CARMELA DAZA VACA, Gerente y Subgerente respectivamente para el momento de los hechos de SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S.; los señores ALEJANDRO CURREA FERREIRA y MARIA FERNANDA CURREA FERREIRA, Representante Legal y Suplente del Representante Legal para el momento de los hechos de ZOOMPRODUCCIONES LTDA; ELIANA YAZMÍN GALÁN ZAMBRANO, Representante Legal para el momento de los hechos de CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S. y el señor WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN, Representante Legal para el momento de los hechos de LION PRODUCCIONES S.A. han consentido la conducta señalada en el numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992, al suscribir el acuerdo denominado "*Convenio de Concertación entre las Agencias de Casting*".

En mérito de lo anterior, esta Delegatura,

¹⁶En igual sentido, la resolución 35523 del 31 de octubre de 2002 de esta Entidad respecto a el principio de buena fe en las normas de protección de la competencia. Igualmente, el Consejo de Estado señaló que "*no [es] conducente realizar valoraciones de tipo subjetivo respecto de la conducta sancionada, como la de si la conducta se realizó de buena fe o no, para efectos de determinar la responsabilidad administrativa*", por lo cual resulta desacertado establecer como exigencia para determinar la incursión de una falta de este tipo, que se pruebe la mala fe del investigado en los procesos por prácticas restrictivas de la competencia, pues "*la responsabilidad surge con la sola ocurrencia de la violación de la norma pertinente, exceptuando las circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito*". Sentencia del Consejo de Estado. Sala de lo contencioso administrativo. Sección primera. Consejero ponente: Manuel Santiago Urueta Ayola. Bogotá, d. c., veinticinco (25) de abril del dos mil dos (2002). Radicación número: 11001-03-24-000-2000-0163-01(7261). Actor: Agencia de viajes y Turismo Aviatur y otros. demandado: Superintendencia de Industria y Comercio.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: ABRIR investigación para determinar si las sociedades **SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S.** identificada con N.I.T. No. 900.360.235, **ZOOMPRODUCCIONES LTDA** identificada con N.I.T. No. 900.189.419, **CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S.** identificada con N.I.T. No. 900.343.940, **LION PRODUCCIONES S.A.** identificada con N.I.T. No. 830.078.696 y el señor **ERIK ALEXANDER AGUILAR NARVAEZ**, identificado con la C.C. No. 16.764.961 de Bogotá, propietario del establecimiento de comercio **MANTICORA CASTING** con matrícula mercantil No. 01317156, han actuado en contravención de lo dispuesto en el numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 con ocasión del contrato suscrito denominado "*Convenio de Concertación suscrito entre las Agencias de Casting*".

ARTÍCULO SEGUNDO: ABRIR investigación para determinar si la señoras **ERNESTINA EMILIA APARICIO FRANCO** y **LUZ CARMELA DAZA VACA** identificadas con la C.C. No. 31.167.411 y 52.800.893, Representante Legal y Subgerente respectivamente para el momento de los hechos de la sociedad **SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S.**; los señores **ALEJANDRO CURREA FERREIRA** y **MARIA FERNANDA CURREA FERREIRA** identificados con la C.C. No. 80.082.405 y 52.700.174, respectivamente, Representante Legal y Suplente del Representante Legal para el momento de los hechos de la sociedad **ZOOMPRODUCCIONES LTDA**; la señora **ELIANA YAZMÍN GALÁN ZAMBRANO** identificada con la C.C. No. 52.216.091 de Bogotá, Representante Legal para el momento de los hechos de la sociedad **CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S.** y el señor **WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN** identificado con la C.C. No. 3.250.928 de El Colegio, Representante Legal para el momento de los hechos de la sociedad **LION PRODUCCIONES S.A.**, infringieron lo dispuesto en el artículo 26 de la Ley 1340 de 2009.

ARTÍCULO TERCERO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a las sociedades **SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S.**, **ZOOMPRODUCCIONES LTDA**, **CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S.** y **LION PRODUCCIONES S.A.**, a través de su representante legal, o quien haga sus veces, y al señor **ERIK ALEXANDER AGUILAR NARVAEZ**, propietario del establecimiento de comercio **MANTICORA CASTING**, para que dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes a la notificación de la misma, soliciten o aporten las pruebas que pretendan hacer valer dentro de la investigación.

PARÁGRAFO: En caso de no ser posible la notificación personal al cabo de los cinco (5) días del envío de la comunicación, ésta se hará por medio de aviso que se remitirá a la dirección, al número de fax o al correo electrónico que figuren en el expediente o puedan obtenerse del registro mercantil, acompañado de copia íntegra del acto administrativo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1340 de 2009, modificado por el artículo 158 del Decreto 019 de 2012.

ARTÍCULO CUARTO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **ERNESTINA EMILIA APARICIO FRANCO**, **LUZ CARMELA DAZA VACA**, **ALEJANDRO CURREA FERREIRA**, **MARIA FERNANDA CURREA FERREIRA**, **ELIANA YAZMÍN GALÁN** y **WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN**, como personas naturales, entregándoles copia de la misma para que dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes a la notificación del presente acto soliciten o aporten las pruebas que pretendan hacer valer dentro de la investigación.

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

ARTÍCULO QUINTO: PUBLICAR en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio el presente acto administrativo de apertura de investigación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley 1340 de 2009, modificado por el artículo 156 del Decreto 019 de 2012.

ARTÍCULO SEXTO: ORDENAR a los investigados que, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la notificación de la presente decisión, en cumplimiento del artículo 17 de la Ley 1340 de 2009, realice la publicación del siguiente texto en un diario de amplia circulación nacional:

*"Por instrucciones de la Superintendencia de Industria y Comercio, las sociedades **SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S. identificada con Nit. No. 900.360.235, ZOOMPRODUCCIONES LTDA identificada con Nit. No. 900.189.419, CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S. identificada con Nit. No. 900.343.940, LION PRODUCCIONES S.A. identificada con Nit. No. 830.078.696** y el señor **ERIK ALEXANDER AGUILAR NARVAEZ identificado con la C.C. No. 16.764.961 de Bogotá, propietario del establecimiento de comercio MANTICORA CASTING, así como los Representantes Legales de las sociedades mencionadas, señora EMILIA APARICIO FRANCO identificada con la C.C. No. 31.167.411, LUZ CARMELA DAZA VACA identificada con la C.C. No. 52.800.893 de Bogotá, ALEJANDRO CURREA FERREIRA identificado con la C.C. No. 80.082.405, MARIA FERNANDA CURREA FERREIRA identificada con la C.C. No. 52.700.174 de Bogotá, ELIANA YAZMÍN GALÁN ZAMBRANO identificada con la C.C. No. 52.216.091 de Bogotá y el señor WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN identificado con la C.C. No. 3.250.928 de El Colegio informan que:***

*Mediante Resolución expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, se abrió investigación en contra de las sociedades: **SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S. identificada con N.I.T. No. 900.360.235, ZOOMPRODUCCIONES LTDA identificada con N.I.T. No. 900.189.419, CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S. identificada con N.I.T. No. 900.343.940, LION PRODUCCIONES S.A. identificada con N.I.T. No. 830.078.696; de sus representantes legales: EMILIA APARICIO FRANCO identificada con la C.C. No. 31.167.411, LUZ CARMELA DAZA VACA identificada con la C.C. No. 52.800.893 de Bogotá, ALEJANDRO CURREA FERREIRA identificado con la C.C. No. 80.082.405, MARIA FERNANDA CURREA FERREIRA identificada con la C.C. No. 52.700.174 de Bogotá, ELIANA YAZMÍN GALÁN ZAMBRANO identificada con la C.C. No. 52.216.091 de Bogotá y WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN identificado con la C.C. No. 3.250.928 de El Colegio; y del señor ERIK ALEXANDER AGUILAR NARVAEZ identificado con la C.C. No. 16.764.961 de Bogotá, propietario del establecimiento de comercio MANTICORA CASTING.***

Según la decisión de la autoridad, se investiga la presunta fijación de tarifas mínimas a cobrar por los servicios prestados por las agencias de casting, de conformidad con el numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992.

Por lo tanto, en los términos previstos en el artículo 19 de la Ley 1340 de 2009, los competidores, consumidores o, en general, aquél que acredite un interés directo e individual en la presente investigación, dentro de los quince (15) días hábiles posteriores a la publicación de la apertura de la investigación en la página

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

web de la Superintendencia de Industria y Comercio, podrá intervenir aportando las consideraciones y pruebas que pretendan hacer valer, al expediente radicado con el número 12-86114, el cual reposa en la Superintendencia de Industria y Comercio."

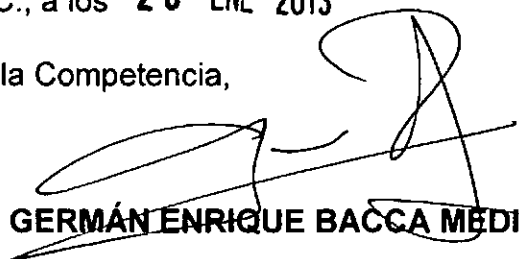
Dentro de los cinco (5) días siguientes a su realización, deberá remitirse la respectiva constancia a esta Superintendencia.

ARTÍCULO SÉPTIMO: En contra de la decisión contenida en el presente acto administrativo no procede recurso alguno, en los términos del artículo 49 del Código Contencioso Administrativo, concordante con los artículos 52 y 54 del Decreto 2153 de 1992, y 20 de la Ley 1340 de 2009.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá D.C., a los **28** ENE 2013

El Superintendente Delegado para la Protección de la Competencia,



GERMÁN ENRIQUE BACCA MEDINA

Proyectó: Alejandra Arenas, Diana Montenegro.
Revisó: Julio Castañeda.
Aprobó: Germán Bacca.

NOTIFICAR:

Señora
ERNESTINA EMILIA APARICIO FRANCO
C.C. No. 31.167.411
En su calidad de Representante Legal
SOCIEDAD SILOE CASTING DE COLOMBIA S.A.S.
N.I.T.: 900.360.235
Dirección Cra. 19b No. 85 – 71
Bogotá, Colombia

Señor
ALEJANDRO CURREA FERREIRA
C.C. No. 80.082.405
En su calidad de Representante Legal
SOCIEDAD ZOOMPRODUCCIONES LTDA
N.I.T.: 900.189.419
Dirección: Cra. 7 No. 73 – 47 Int. 1
Bogotá, Colombia

Señora
ELIANA YAZMIN GALÁN ZAMBRANO
C.C. No. 52.216.091 de Bogotá
En su calidad de Representante Legal
SOCIEDAD CARÁCTER PRODUCCIÓN DE TALENTO S.A.S.
N.I.T.: 900.343.940
Dirección: Cra. 15 No. 90 – 46 Oficina 302
Bogotá, Colombia

Por la cual se ordena la apertura de una investigación

Señor

WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN
C.C. No. 3.250.928 de El Colegio
En su calidad de Representante Legal
SOCIEDAD LION PRODUCCIONES S.A.
N.I.T.: 830.078.696
Dirección: Cll. 59 No. 6 – 36 Oficina 503
Bogotá, Colombia

ERIK AGUILAR NARVAEZ

C.C. No. 16.764.961 de Bogotá
Propietario
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO MANTICORA CASTING
Dirección: Cra. 1 No. 68-05 Apto 101
Bogotá, Colombia

Señora

LUZ CARMELA DAZA VACA
C.C. No. 52.800.893 de Bogotá
Investigado persona natural
Dirección Cra. 19b No. 85 – 71
Bogotá, Colombia

Señora

MARIA FERNANDA CURREA FERREIRA
C.C. No. 52.700.174 de Bogotá
Investigado persona natural
Dirección: Cra. 7 No. 73 – 47 int. 1
Bogotá, Colombia

Señora

ELIANA YAZMÍN GALÁN ZAMBRANO
C.C. No. 52.216.091 de Bogotá
Investigado persona natural
Dirección: Cra. 15 No. 90 – 46 Oficina 302
Bogotá, Colombia

Señor

WILLIAM MANUEL BELLO GARZÓN
C.C. No. 3.250.928 de El Colegio
Investigado persona natural
Dirección: Cll. 59 No. 6 – 36 Oficina 503
Bogotá, Colombia