

Guía *de* Buenas Prácticas

PARA LOS PROCESOS DE CONVOCATORIA,
SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE **SERVICIOS**
AUDIOVISUALES



CÁMARA DE
EMPRESAS
CREATIVAS



En la **Cámara de Empresas Creativas de Chile** tenemos el propósito de desarrollar la industria, reconociendo y visibilizando el valor de la creatividad como eje de desarrollo económico, social y cultural.

Nuestro objetivo es construir, promover y garantizar un ecosistema de empresas creativas dinámicas, sostenibles y relevantes para la sociedad y el mercado moderno, potenciando y protegiendo el espíritu creativo, y representando los intereses de los socios, empresas y personas que conforman los diversos sectores de esta industria.

Para ello actuamos bajo los principios de libertad de expresión con transparencia, respeto, colaboración, libre competencia y ética, aspectos que forman parte de los valores de la Cámara y son esenciales para el desarrollo empresarial sostenible.

Actuar conforme a estos principios es un compromiso de la Cámara con la sociedad, con el desarrollo de la industria creativa de Chile y con nuestros socios, pero también con sus colaboradores, clientes y proveedores; compromiso que constituye el fundamento de nuestro quehacer y nuestra reputación como Cámara.

Las Guías

En coherencia con nuestros principios y valores, ponemos a disposición de la industria (anunciantes y empresas creativas) estas Guías de Buenas Prácticas, cuyo objetivo es entregar pautas esenciales para hacer más eficientes y efectivos los procesos de compra de bienes y servicios creativos, velando por la sana y libre competencia, al mismo tiempo de promover relaciones comerciales sanas y fructíferas entre las partes.

La aplicación de estas Guías -enmarcadas dentro de la normativa legal vigente, la ética y las buenas prácticas empresariales- será siempre de carácter voluntario. Sin embargo, la Cámara en cumplimiento de su compromiso con la excelencia y la mejora continua del sector, insta a sus miembros y a todos los actores a su implementación.

En línea con lo anterior, la Cámara promueve activamente la acreditación de sus socios mediante la obtención del **Sello de Mejora Continua**, certificación que acredita el cumplimiento de los principios generales y buenas prácticas que promueve, distinguiendo a las empresas comprometidas con la ética, la transparencia y la excelencia en la industria creativa chilena.

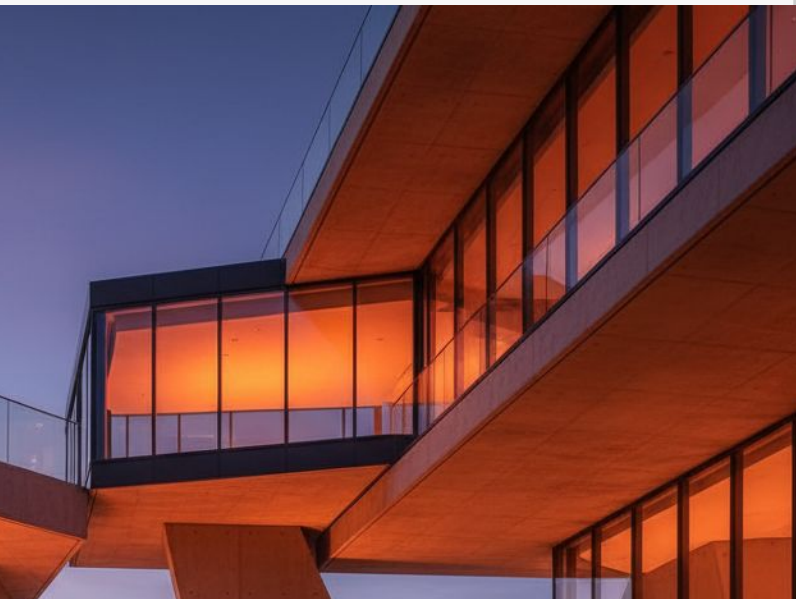


Conoce más del Sello de Mejora Continua, escaneando **aquí**





TABLA DE CONTENIDOS



1

**Principios y valores que promueve la
Cámara de Empresas Creativas de
Chile**

2

Recomendaciones generales

3

**Pauta para búsqueda y selección de
servicios audiovisuales**

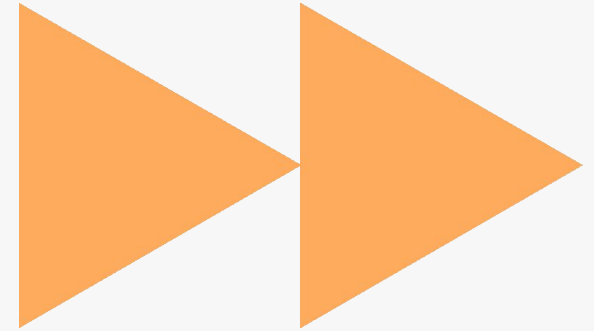
4

Cumplimiento



1

PRINCIPIOS GENERALES Y VALORES QUE PROMUEVE LA CÁMARA DE EMPRESAS CREATIVAS



En virtud de la necesidad de promover un correcto ambiente de negocios, la libre y sana competencia y relaciones basadas en la confianza y la sostenibilidad empresarial, la Cámara de Empresas Creativas de Chile insta a sus empresas asociadas a desarrollar sus actividades dentro de los principios y valores contenidos en su **Código de Ética, Autorregulación, Promoción de Buenas Prácticas y Mejora Continua (en adelante el “Código”)**, cuya adhesión es parte de los requisitos para incorporarse a esta asociación.

Asimismo, la Cámara fomenta e invita a los demás actores del sector de la industria creativa a adoptar los principios y valores que promueve, para que, en el desarrollo de sus actividades, puedan colaborar, incluso desde fuera de la Cámara, en la construcción de un ecosistema empresarial sólido, ético y sostenible, que impulse la innovación, la confianza y el crecimiento responsable. Estos principios y valores deben guiar la conducta de todos los actores involucrados, promoviendo prácticas éticas, responsables y sostenibles, y contribuyendo al desarrollo de un entorno de negocios justo, confiable y competitivo, en el que prime la colaboración y el respeto mutuo.



Conoce más del Código de Ética
Continúa escaneando **aquí**



● **Principio de Autonomía de la Voluntad:** Las empresas mandantes, en ejercicio de la libre iniciativa empresarial, tienen el derecho de convocar y establecer las reglas que rigen en los procesos de convocatoria, selección y contratación de empresas creativas, dentro del ámbito dispuesto en el marco legal vigente, las normativas específicas aplicables y las disposiciones establecidas en esta Guía.

Asimismo, las empresas creativas tienen el derecho de decidir libremente el participar o no en los llamados que sean convocados por los mandantes, lo cual implica la aceptación de las bases y condiciones establecidas.

● **Principio de la Libre y Leal Competencia:** Los procesos de convocatoria, selección y contratación se desarrollarán en cumplimiento de la normativa legal vigente, y en un marco en donde se respete y promueva la libre y leal competencia, promoviendo relaciones comerciales basadas en la buena fe, eficiencia económica y libre mercado.

● **Principio de Transparencia e Igualdad de Condiciones:** Durante todo el proceso de convocatoria y selección, los mandantes deben asegurarse de resguardar la existencia de un proceso justo y equitativo, asegurando la igualdad de condiciones entre todos los participantes.



● **Principio de Confidencialidad:** La obligación de confidencialidad se aplicará a todos los actores que participen del proceso de convocatoria, selección y contratación de empresas creativas, y se extenderá a su personal y a terceros que se contraten para efectos de su participación en el proceso. Para estos efectos, se recomienda que la obligación de confidencialidad, su extensión, duración, contenido y alcances, se regule mediante un acuerdo de confidencialidad a ser suscrito por escrito por las partes.

● **Principio de Buena Fe y Amigables Componentes:** Las relaciones entre los mandantes y las empresas creativas serán transparentes y se registrarán por la buena fe y la búsqueda de soluciones como amigables componedores en caso de posibles controversias. La Cámara, ante denuncias realizadas a través de canales formales que hagan referencia a incumplimientos de sus **Estatutos**, su Código de Ética y/o de la Guía de Buenas Prácticas, y que involucren a dos o más empresas socias, podrá activar los protocolos internos y los órganos jurisdiccionales correspondientes, de acuerdo con lo establecido en los Estatutos de la Cámara.



Conoce más sobre los Estatutos escaneando **aquí**

● **Principio de Legalidad:** Las relaciones comerciales entre empresas creativas, sus clientes y proveedores, deberán ajustarse a la legislación vigente, incluyendo las normas que regulan cada una de sus actividades, la comunicación comercial, los derechos de imagen, la propiedad intelectual e industrial y los secretos comerciales, incluyendo los derechos de terceros que incorporen las mismas. Adicionalmente, deberán respetar los Códigos de Ética Publicitaria y los Acuerdos de Autorregulación que sean aplicables.

● **Principio de respeto y defensa a la propiedad intelectual y derechos de autor:** En las relaciones entre los mandantes y las empresas creativas debe primar el respeto y cumplimiento de la normativa sobre propiedad intelectual y derechos de autor. En este sentido, toda utilización de ideas, obras, creaciones o materiales creados por una empresa creativa, debe ser previamente autorizado de manera formal y por escrito, asegurando la transparencia y la legalidad en la cesión o adquisición de derechos.



2

Recomendaciones generales

Con el objetivo de establecer un marco de trabajo con reglas claras y transparentes, la Cámara entrega las siguientes 6 recomendaciones generales para la búsqueda, selección y contratación de servicios de empresas creativas, así como para las licitaciones a ser llevadas a cabo.

1.

Previo a dar inicio al proceso de búsqueda, selección y contratación de una empresa creativa, recomendamos establecer un procedimiento estructurado que incluya directrices para el llamado a licitación, selección y notificación de la adjudicación del proceso.

2.

Se recomienda a los mandantes comunicar tanto a la empresa creativa ganadora como a las que participaron en el proceso y que no fueron seleccionadas, el motivo de la adjudicación junto a la entrega de feedback.

3.

Recomendamos definir con anticipación y claridad los criterios que serán tomados en cuenta para la selección de la empresa creativa ganadora, los cuales deben ser comunicados de manera previa y de igual manera a todos los participantes.

4.

A efectos de resguardar la libre competencia y la igualdad de los participantes en el proceso de licitación, recomendamos que la información comunicada a cada uno de ellos, sea entregada en la misma forma y en los mismos plazos, de manera de no favorecer a ningún participante en particular.

5.

La propiedad intelectual sobre las ideas, documentos, materiales y proyectos presentados por las empresas creativas durante la licitación permanecerán bajo su titularidad y no podrán ser utilizadas por los anunciantes, salvo que exista una cesión formal y expresa en favor de ella.

6.

Recomendamos que para el análisis y selección de una empresa creativa, se tome en especial consideración que ésta cumpla la normativa legal vigente, en especial, respecto del cumplimiento a la legislación laboral, a los derechos de autor y propiedad intelectual, libre competencia, entre otros. Para ello, promovemos que dentro de los criterios evaluados, se considere si esta empresa cuenta con el **Sello de Mejora Continua** de la Cámara de Empresas Creativas de Chile, el cual acredita que la empresa cumple con altos estándares empresariales y adhiere a las buenas prácticas que esta Cámara promueve.



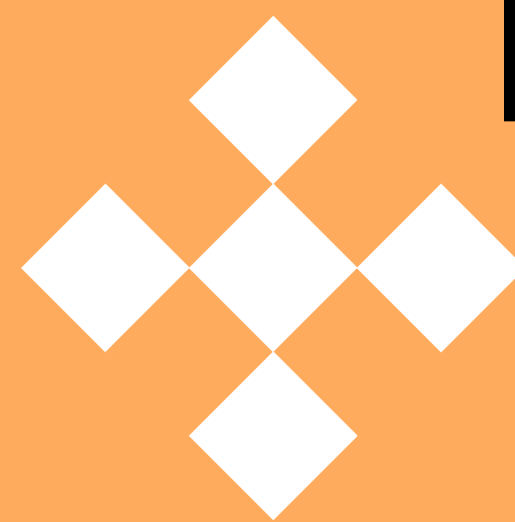
3

PAUTAS PARA LA BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE **SERVICIOS** **AUDIOVISUALES**

El proceso de selección de un servicio audiovisual implica un costo económico y de tiempo, tanto para las empresas mandantes como para las productoras, por lo que es necesario que éste sea lo más eficiente y eficaz posible.

En el caso del sector de la producción audiovisual

Existen en Chile normativas específicas que conforman el marco legal que regula las actividades de las productoras de cine publicitario y audiovisuales, asegurando el respeto a los derechos de autores, intérpretes y trabajadores del sector, así como la promoción y protección de la producción audiovisual nacional.



1. Ley de Propiedad Intelectual (Ley N° 17.336)

Protege los derechos de autor y conexos de obras audiovisuales, cinematográficas, musicales y literarias.

Regula los derechos de guionistas, directores, productores y artistas.

Reconoce los derechos morales y patrimoniales sobre las obras.

2. Ley que regula las Condiciones de Trabajo y Contratación de los Trabajadores de Artes y Espectáculos (Ley N° 19.889)

Regula las condiciones de trabajo y contratación de los trabajadores de artes y espectáculos en Chile, se aplica a los técnicos y profesionales del cine y audiovisual que trabajan bajo subordinación y dependencia. Esta ley establece, entre otras cosas, la jornada de trabajo, descansos y otros derechos laborales.

3. Permisos municipales y de uso de espacios públicos

Si se graba en la vía pública, se deben solicitar permisos en las municipalidades correspondientes.

A veces también se requiere permiso de Carabineros, MOP o Bienes Nacionales, según la locación.

4. Código del Trabajo

Regula la jornada laboral, contratos a plazo fijo, seguridad social, cotizaciones, y pago de remuneraciones.

Se debe cumplir también con normativas sobre prevención de riesgos laborales en rodajes.

Aspectos claves a considerar en la convocatoria

9 Recomendaciones y pautas a considerar en los procesos de convocatoria de productoras audiovisuales.

1 Recomendamos que, para resguardar el principio de confidencialidad de la información, el mandante y la productora audiovisual deberán suscribir un acuerdo de confidencialidad en donde se establezca y regule la información compartida por ambas partes en el proceso, así como el alcance, la vigencia y las **eventuales** multas en caso de incumplimiento de tal obligación.

2 En la convocatoria, previo al proceso de selección, deberá entregarse a cada empresa interesada en participar los términos de referencia o bases que lo regirán, los cuales deberán ser aceptados por la productora audiovisual para poder participar en el proceso.

De manera previa a la aceptación de los Términos de Referencia o las Bases, la productora deberá informar a la empresa mandante sobre la existencia de cualquier conflicto de interés real o potencial, pudiendo ser excluida del proceso en caso de detectarse alguno.

3 En caso de que se requiera contar con más de una alternativa, se sugiere convocar al proceso de selección a un número acotado y razonable de productoras.

4 Asimismo, para resguardar un proceso justo y equitativo, recomendamos: (i) solicitar los mismos antecedentes, documentos y acreditaciones a todas las empresas que participen del proceso y (ii) otorgar el mismo plazo a todos para la entrega de la información requerida.

5 Recomendamos que las empresas mandantes incluyan en los briefs de cotización, condiciones técnicas y económicas claras en las que se desarrollará el proyecto. En virtud de lo anterior, se sugiere que en la cotización se incluya de manera clara, la siguiente información:

- Tipo de contrato
- Tratamiento de las órdenes de compra
- Presupuesto
- Condiciones de comisiones reguladas

6 El mandante debiera incluir guión aprobado, charla creativa, cantidad de situaciones a filmar & talento, derechos (talento, locución, música), entregables, fecha de adjudicación y comienzo de la producción, presupuesto o parámetros de costos con el que cuenta el Cliente, *cancellation fees* y derechos. Todos estos acuerdos comerciales deben estar respaldados por su respectiva documentación.



7 Sugerimos que al momento de la convocatoria, se den a conocer a todos los participantes las condiciones comerciales del proyecto. Respecto a ello, sugerimos que se incluya mención expresa a:

- **Tiempo de duración del proyecto (pre-rodaje-post).**
- **Cronograma detallado del proceso incluyendo los plazos y fechas para la convocatoria, entrega de brief creativo, fechas de presentación, fecha de cierre del proceso y comunicación de la adjudicación, tiempos del rodaje y plazos entregas, etc.).**
- **Condiciones de pago, país de facturación y requisitos para el alta como proveedor.**
- **Comisiones reguladas.**

8 Las empresas mandantes deben dar a conocer a las productoras audiovisuales los criterios de selección definidos previamente como indicadores claves para el proceso y sobre los cuales se tomarán las decisiones. Según se señaló anteriormente, los indicadores claves sugeridos son: Tratamiento del guión, presupuesto, timing, experiencia del director o codirectores, y diseño de producción, locación o región del rodaje.

9 Comunicar la fecha en que la empresa mandante tomará su decisión. Sugerimos que, en caso de dilatarse la fecha de aprobación por parte del mandante, se otorgue un plazo de 48 horas para la presentación del nuevo timing de filmación por parte de las productoras. Se sugieren 7 días hábiles para desarrollar el tratamiento. Si hay cambios por fuerza mayor, se recomienda que el mandante lo comunique a todas las productoras con urgencia, buscando todas las alternativas posibles para que el proyecto se desarrolle con las productoras involucradas hasta ese momento.

Pautas en relación a las condiciones técnicas y artísticas

a. Brief creativo: Sugerimos que la empresa mandante entregue un brief creativo a todas las productoras audiovisuales y/o directores participantes, a efectos de otorgar claridad respecto del proyecto como las necesidades específicas del cliente. Respecto de lo anterior, sugerimos que el mandante tome conocimiento del parámetro de costos a la hora de pensar el guión y solicitar el trabajo, y de esta manera, optimizar presupuestos y tratamientos, evitando malentendidos entre las partes y/o ajustes tardíos a los costos y presupuestos presentados.

b. Tratamientos: Un tratamiento se define como el conjunto de elementos, ideas y propuestas del director acerca de cómo filmar el proyecto. A su vez incluye el abordaje y diseño de producción que propone la casa productora.

Debido a que las mismas requieren un esfuerzo económico, tiempo y talento de la productora, es necesario que se haga una solicitud responsable de este tipo de propuestas, tomando en consideración el costo incurrido por la productora en cada tratamiento.

En virtud de lo anterior, recomendamos que:

i. La fecha límite de entrega de tratamientos por parte de las productoras audiovisuales no sea inferior a 7 días hábiles desde la fecha de su solicitud.

ii. Los tratamientos sean presentados en una reunión formal con todos los mandantes involucrados, a efectos de que éstos puedan evaluar la comprensión del proyecto, el entusiasmo de la productora y la coherencia con el presupuesto disponible.

iii. Las agencias trabajen sobre guión y creatividad aprobada, evitando solicitar a las productoras tratamientos en cualquier etapa creativa previa o de testeo en el caso de existir.

iv. En caso de que los tratamientos sean presentados por los directores, recomendamos la lectura previa por parte de las agencias para que la presentación sea más fluida y con feedback de las partes.

v. Que los mandantes (agencia y cliente) se comprometan a no utilizar en la ejecución final de la pieza, aquellas ideas o recursos claramente e inequívocamente distintivos y esenciales que forman parte del tratamiento de los directores que no fueron seleccionados para el proyecto.



Pautas en relación a las condiciones comerciales



1 Las propuestas y acuerdos comerciales deben ser claros y transparentes, ajustados a derecho y en cumplimiento del marco normativo legal vigente. Las condiciones de pago deberán ser comunicadas a todas las productoras audiovisuales que participen del proceso de selección de manera previa a la selección de la empresa ganadora.

2 Se recomienda que el mandante y la productora audiovisual suscriban, de manera previa al inicio de los trabajos contratados, un contrato de prestación de servicio en donde se plasmen detalladamente los acuerdos comerciales acordados. En su defecto, se recomienda que las condiciones comerciales acordadas se plasmen en una orden de compra detallada emitida por la agencia.

Es de especial importancia señalar que las condiciones comerciales acordadas entre el mandante y la productora audiovisual seleccionada, deben respetar los requisitos y estándares indicados en el Brief de Cotización y en el Brief Técnico.

Sugerimos que el contrato de prestación de servicios, o la orden de compra en su defecto, regule de manera expresa los siguientes puntos:

i. **Condiciones de Pago:** Se deben incluir las condiciones de pago que fueron comunicadas a las productoras en el proceso de selección.

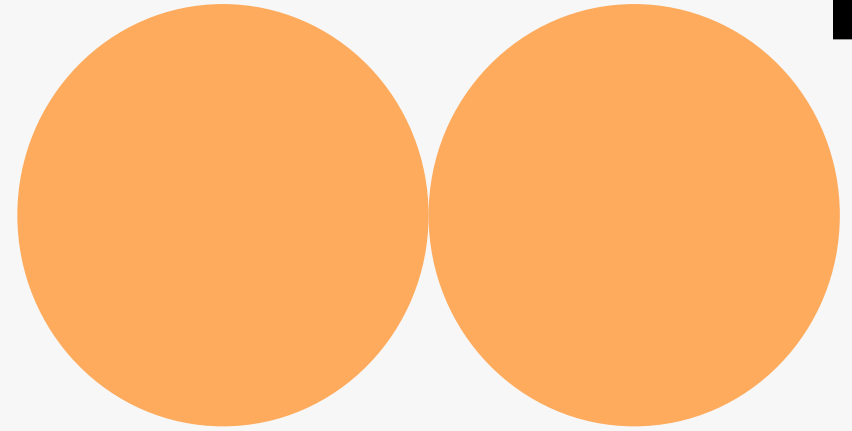
ii. **Comisiones:** En el caso de la existencia de comisiones y/o bonificaciones, éstas deben ser transparentes para todas las partes, y quedar estipuladas en el contrato de prestación de servicios. Las comisiones deben materializarse existiendo siempre el respaldo de documentación contable y tributaria veraz.





4

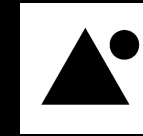
CUMPLIMIENTO



El cumplimiento de las recomendaciones y buenas prácticas establecidas en esta Guía, constituye un pilar esencial para el fortalecimiento de la industria creativa en Chile. La adhesión a estos lineamientos por parte de agencias, productoras audiovisuales y anunciantes no solo promueve procesos de contratación más eficientes, transparentes y equitativos, sino que contribuye a la consolidación de relaciones comerciales basadas en la confianza, la ética y la libre competencia.

La Cámara incentiva a sus socios y a todos los actores del sector a implementar de manera voluntaria estas prácticas y recomendaciones, entendiendo que su observancia favorece la innovación, la protección de la propiedad intelectual y el cumplimiento normativo. De este modo, el compromiso con el cumplimiento de la Guía no solo refuerza la reputación y sostenibilidad de las empresas participantes, sino que también contribuye a la construcción de un ecosistema creativo más sólido, confiable y alineado con los más altos estándares empresariales y éticos.

Escanea y descarga
la ***versión digital***



CÁMARA DE
EMPRESAS
CREATIVAS



Guía de Buenas Prácticas
AUDIOVISUAL



PLAYBOOK de
Licitaciones Exitosas



**CÁMARA DE
EMPRESAS
CREATIVAS**

