



Guía de Buenas Prácticas

que rigen la relación entre Productoras Audiovisuales,
Agencias de Publicidad Socias de Agencias Argentinas
& Cámara Argentina de Anunciantes



Introducción

Las Cámaras de la industria de la comunicación: **Agencias Argentinas (AA)**, la **Cámara Argentina de Cine y Video Publicitario (CACP)** y la **Cámara Argentina de Anunciantes (CAA)**, ponen a disposición de agencias de publicidad, productoras audiovisuales, y de todos los actores que componen la industria, el presente documento que define las buenas prácticas y que deberían contemplarse al momento de trabajar conjuntamente para la realización de contenidos audiovisuales.

Este conjunto de recomendaciones a la hora de cotizar una producción audiovisual es el que debería regir los usos y costumbres ante Productoras, Agencias y Anunciantes.

Asumido el compromiso de encauzar la actividad de modo tal de asegurar el valor agregado que genera la labor profesional de los miembros de estas Cámaras, este documento da un marco de desarrollo y competencia sana para poder brindar a las empresas contratantes los mejores servicios y productos.

Al mismo tiempo y, en aras de conformar un marco de trabajo con unas reglas transparentes e inequívocas, es valioso que se incorporen prácticas positivas, justas y transparentes a la hora de contratar servicios a una empresa de la industria de la comunicación.


Recomendaciones:

Cuando a los efectos de la designación de una productora audiovisual se desee contar con diferentes alternativas, el proceso de selección debe encausarse, en primera instancia, a través de las siguientes prácticas:



Buenas Prácticas

a la hora de cotizar una producción audiovisual es el que debería regir los usos y costumbres ante Productoras, Agencias y Anunciantes.



Se sugiere como excelente práctica dedicar el tiempo del proceso a conocer las capacidades, equipos, sistemas y demás variables de las productoras candidatas, poniendo especial énfasis en el equipo, su experiencia y trabajos ya realizados. La experiencia ha demostrado que es recomendable convocar a este procedimiento a un número limitado de productoras/directores, estimándose un **máximo de 3**.

Recomendamos también que las productoras audiovisuales convocadas compartan estructuras similares en vistas a una justa competencia, siguiendo el siguiente curso:

1. **Requerir lo mismo** a todas las productoras audiovisuales a fin de asegurar reglas justas y equitativas en el proceso de selección, brindando la misma información a todas.
2. **Determinar la misma fecha límite** de entrega de tratamientos para todas las productoras, con un mínimo de 7 días hábiles para trabajar en él.
3. **Determinar la fecha en que el Cliente y Agencia de publicidad tomará su decisión**, la cual deberá ser comunicada en simultáneo a todas las productoras participantes. En caso de dilatarse por parte del cliente, la fecha de aprobación, establecer 48 hs para la presentación del nuevo timing de filmación.

4. Definir con claridad el criterio de selección.

Los participantes deben conocer los indicadores claves en base a los que se tomarán las decisiones.

Los criterios sugeridos son:

- Tratamiento del guión
- Presupuesto
- Timing
- Experiencia del director o co-directores.
- Diseño de producción, locación o región del rodaje.

5. Dar a conocer al momento de convocar al concurso, cuál es el contrato que obtendrá la productora ganadora:

- a) Tiempo de duración del proyecto (pre-rodaje-post)
- b) Tiempo & condiciones de remuneración
- c) País de facturación
- d) Condiciones para alta como proveedor / chequeo al momento de la convocatoria

A su vez se asume el compromiso de confidencialidad sobre toda la información que se intercambie.

6. Resolución: informar el resultado a todas las productoras participantes con los motivos tanto de la adjudicación como de la no adjudicación, pues ayuda a generar mejoras y aprendizajes para posteriores procesos.

7. Brief Creativo: la Agencia de publicidad deberá brindar un brief creativo a todas las productoras/directores participantes. (se sugiere que la agencia tome conocimiento del parámetro de costos a la hora de pensar el guión y solicitar el trabajo)

8. Brief de cotización: La Agencia de publicidad deberá incluir:

- Guión aprobado
- Charla creativa
- Cantidad de situaciones a filmar & talento
- Derechos (talento, locucion, música)
- Entregables
- Fecha de adjudicación y comienzo de la producción
- Presupuesto o parámetros de costos con el que cuenta el Cliente
- Cancellation Fees

9. Tratamientos

El objetivo de este punto es la solicitud responsable de este tipo de propuestas, ya que las mismas requieren un esfuerzo económico, tiempo y talento de la productora.

Un tratamiento o visualización, se define como el conjunto de elementos, ideas y propuestas del director acerca de cómo filmar el proyecto. A su vez Incluye el abordamiento y diseño de producción que propone la casa productora.

En el caso que dicha solicitud sea obligatoria, se recomienda que el mismo anunciante defina de antemano en el proceso si otorgará o no una compensación económica.

Condiciones para la realización del mismo:

- Trabajar sobre guión & creatividad aprobada, evitando solicitar tratamientos en cualquier etapa creativa previa o de testeo en el caso de existir.
- Si los tratamientos van a ser presentados por los directores, se recomienda la lectura previa para que la presentación sea mas fluida y con feedback de las partes.
- Se deberá contar con el compromiso de 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.

El único espíritu de estas sugerencias apunta a tener una industria más cuidada predecible y profesionalizada.

El debido respeto a las pautas señaladas en el presente documento asegurará el resguardo de la ética profesional en las prácticas aquí planteadas, y el mantenimiento de una competencia leal y sana.

**Seamos una mejor industria.
#BuenaspracticAAs**

ADHIEREN A ESTE DOCUMENTO

