

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA GUIONISTAS

Peter Andermatt

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- > LOS 3 EJES DEL MERCADO.
- > LAS REALIDADES DEL MERCADO.
- > CLAVES DE ACCESO.
- > ACTUAR EN CONSECUENCIA.
- > MUTACIÓN DE GUIONISTA A VENDEDOR.
- > LO QUE BUSCAN LOS PRODUCTORES.
- > CUANDO VENDER ES COMPRAR.
- > PECADOS CAPITALES DEL GUIONISTA.
- > CAMPOS DE CONOCIMIENTO COMPLEMENTARIOS.

LOS TRES EJES DEL MERCADO

1

MERCADO

PERCEPCIÓN DEL
MERCADO GLOBAL
Y TRANSVERSAL
(FEELING).

MERCADOS,
FESTIVALES Y
BALANCES BOLSA.

2

MERCADOS

DISTINTAS ÁREAS POR
SEGMENTOS TIPOLOGICOS
Y GEOGRÁFICOS.

CINE, TV y OTROS
DIVIDIDOS POR REGIONES,
NACIONES Y GRANDES
ÁREAS GEOGRÁFICAS.

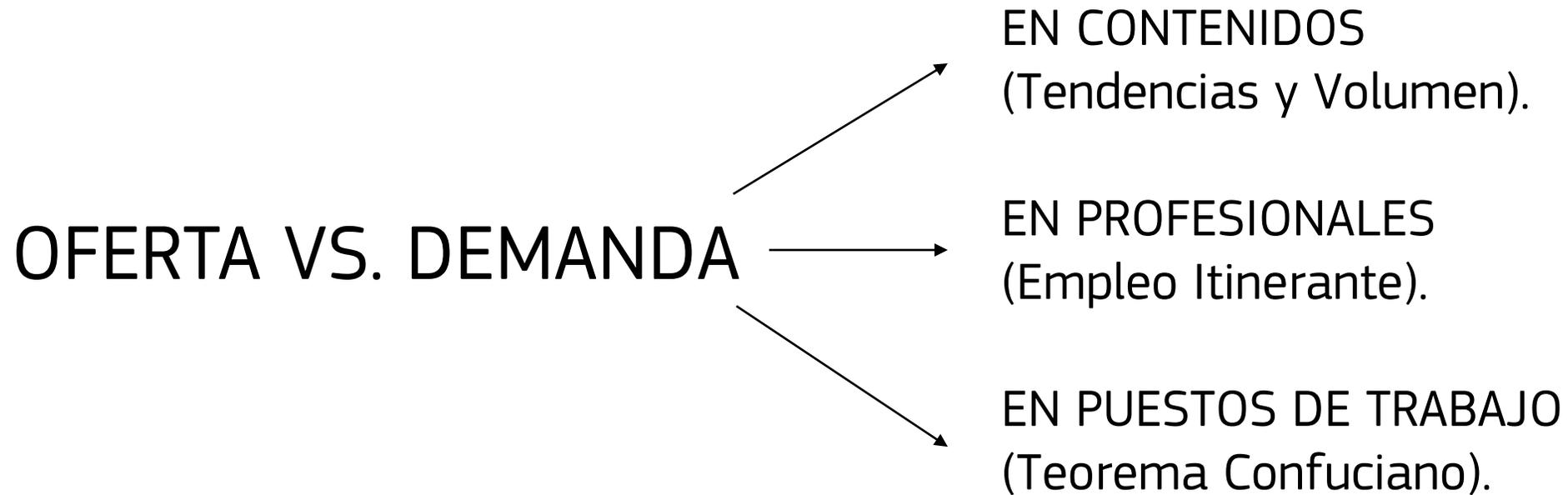
3

MERCADERES

GENTE QUE TOMA
DECISIONES
QUE NOS AFECTAN.

PRODUCTORES,
DISTRIBUIDORES,
AGENTES DE VENTAS
Y RESPONSABLES DE
CONTENIDOS.

LAS REALIDADES DEL MERCADO



CLAVES DE ACCESO

INFORMACIÓN DE MERCADO

SABER CÓMO
FUNCIONAN LOS
MERCADOS Y
MEDIR LOS PULSOS.

INFORMACIÓN DE AUDIENCIAS

SABER QUÉ
FUNCIONA Y
AVERIGUAR LAS
TENDENCIAS.

INFORMACIÓN MERCANTIL

¿QUIÉN PAGA?,
¿CUÁNTO?, ¿PARA
QUÉ COSA?, ¿QUÉ
TIPO DE CONTRATO?

ACTUAR EN CONSECUENCIA

- ELEGIR el proyecto con más posibilidades de éxito.
- Contar con el CONSEJO de los sabios (agentes de ventas, distribuidores, etc.)
- Dividir trabajo en ÉTAPAS (sinopsis, step outline, tratamiento, guion).
- Diferencia entre SINOPSIS DE VENTA y SINOPSIS DE TRABAJO.
- Buscar y aportar VALOR AÑADIDO (talento, reparto, agentes).
- PREPARAR el proyecto en condiciones (Pitch & Sinopsis).

MUTACIÓN DE GUIONISTA A VENDEDOR

- Vender **no es lo mismo** que escribir (mentira vs. verdad).
- La **primera impresión** causada es la definitiva.
- No conviene equivocarse de puerta y perder el tiempo.
- Imprescindible: armarse de **paciencia** e insistir.

LO QUE BUSCAN LOS PRODUCTORES

- Por lo general, ni lo saben ellos.
- Originalidad (no “más de lo mismo”).
- Potencial cinematográfico o televisivo.
- Estructura claramente reconocible.
- Voz única.
- Valor añadido (talento, reparto, dinero...)

CÓMO OBTIENEN PROYECTOS LOS PRODUCTORES



CONFIANZA

IDEA PROPIA del productor/a o de su esposa/o.

Propuesta de un COLABORADOR HABITUAL.

CONFIANZA + RIESGO

Propuesta enviada por ARTISTA CONSAGRADO.

Basado en NOVELA U OBRA PREEXISTENTE.

DESCONFIANZA

Propuesta de alguien desconocido.

CUANDO VENDER ES COMPRAR

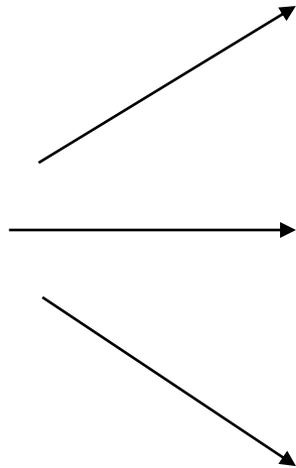
- Dile al productor qué es lo que puedes vender (proyecto + talento).
- Preguntar al productor ¿qué busca al margen de tu propuesta?
- Invierte en hacerle una propuesta a medida (sin esperar nada).
- Demuestra tu talento.
- Acabarás contratado como guionista por encargo.

PECADOS CAPITALES DEL GUIONISTA

- IGNORANCIA.
- EGO.
- PARANOIA.
- MIEDO.
- CODICIA.
- IMPACIENCIA.

CAMPOS DE CONOCIMIENTO COMPLEMENTARIOS

CAMPOS DE
CONOCIMIENTO



NEGOCIACIÓN (para cerrar acuerdos).

PSICOLOGÍA (leer a los colaboradores).

IDIOMAS (ampliar el ámbito de la actividad).

CONCLUSIONES

- LOS 3 EJES DEL MERCADO.
- LAS REALIDADES DEL MERCADO.
- CLAVES DE ACCESO.
- ACTUAR EN CONSECUENCIA.
- MUTACIÓN DE GUIONISTA A VENDEDOR.
- LO QUE BUSCAN LOS PRODUCTORES.
- CUANDO VENDER ES COMPRAR.
- PECADOS CAPITALES DEL GUIONISTA.
- CAMPOS DE CONOCIMIENTO COMPLEMENTARIOS.