

BUENAS PRÁCTICAS - LICITACIONES

CONSIDERACIONES INICIALES

En esta guía de Buenas Prácticas para licitaciones se resume el contenido de la **Norma para la Participación en Licitaciones** que garantizan una competencia sana y respetuosa, protegen la calidad del trabajo, promueven la transparencia y elevan el valor del trabajo intelectual de las agencias.

TIPOS DE LICITACIONES

TIPO 1

Licitación de Credenciales y Casos de Éxito (Sin Remuneración)

Centrada en la presentación de credenciales, casos de éxito y referencia de clientes y proveedores. Permite un proceso de selección sin comprometer recursos económicos en el mismo. Se le suele denominar RFI (Request for Information).

TIPO 2

Licitación de Propuesta Creativa o Estratégica (Con Remuneración)

Conlleva la presentación de propuestas creativas y estratégicas hechas a la medida, lo que implica uso significativo de recursos por parte de las agencias concursantes. El cliente debe estar preparado para compensar a cada agencia invitada. Se le suele denominar RFP (Request for Proposal)

Principios y Puntos Relevantes



Uso de Ideas y Estrategias: La agencia seleccionada podrá acreditar el monto recibido para el pitch, si la propuesta presentada resulta ser implementada. El cliente podrá negociar el uso de ideas/estrategias con las agencias no seleccionadas.



Claridad: en la propuesta que el anunciante espera que sea suministrada por la agencia.



Transparencia: sobre las políticas de la empresa contratante que pudieran tener un impacto en la decisión de una agencia de participar o no en la licitación.



Confidencialidad: Compromiso recíproco de guardar estricta confidencialidad sobre toda la información que se intercambie con motivo o en ocasión de la licitación.



Alcance de estas buenas prácticas: Aplican para miembros de ADECC y se invita al cliente a extender las mismas a cualquier agencia local o extranjera invitada a participar en las licitaciones.



Agencia Incumbente: Por contar con talentos asignados a la marca, podría optar por trabajar propuestas del tipo 2 sin remuneración.

COMPROMISOS DE CLIENTES LICITANTES

- Información explícita de parámetros de evaluación y su peso. Compromiso a feedback.
- Transparencia en la identidad de empresas participantes. No introducción otras firmas luego de iniciado el proceso.
- Plazos equitativos, comunicación simultánea de decisión.
- Respeto a la propiedad intelectual: la asignación de la cuenta no conlleva la adquisición de derecho de uso sin la debida compensación bajo contrato. La empresa licitante puede negociar el uso de trabajos de agencias no seleccionadas.

COMPROMISOS DE AGENCIAS PARTICIPANTES

- Exponer claramente las consideraciones específicas sobre uso de su trabajo en otros mercados.
- Garantía de servir la cuenta con los perfiles (talentos) definidos en la propuesta.
- Informar al cliente sobre manejo de marcas competidoras previo a entrar en el proceso de licitación.