



Recomendaciones para convocar un concurso

extraídas de la Guía Técnica de buenas prácticas en la compra de servicios de eventos elaborada conjuntamente por AEEVA (Agencias de Eventos Españolas Asociadas) y AERCE (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos)

Patrocina:



Colabora:





RECOMENDACIONES PARA CONVOCAR UN CONCURSO

- Selección de todas las partes decisoras involucradas desde el principio del proceso para la validación del objeto, condiciones y presupuesto asignado al concurso.
- Evitar que el objeto del concurso sufra alteraciones graves durante el proceso de selección de agencia o de ejecución del proyecto.
- Conocer claramente por parte de las agencias los parámetros a evaluar, así como el peso de los mismos.
- Los plazos de ejecución deben estar en relación y ser coherentes con la dimensión del proyecto y con la fecha de ejecución.
- El proceso de homologación previo de agencias a concursar debe estar basado en sus credenciales, sin necesidad de que desarrollen trabajos.
- Definir un número de proveedores antes de comenzar el proceso y sus características, tipología y criterios de homologación (clasificación, solvencia económica...).
- Confirmar que el nivel de información dado con el briefing sea lo suficientemente bueno como para que provoque propuestas acertadas y basadas únicamente en los requerimientos solicitados.
- Contemplar la posibilidad de una parte remunerada para cubrir los costes externos que a veces conlleva a las agencias participantes el entregar un proyecto según las necesidades y estándares de calidad definidos.
- Entrega de Información útil e igual para todos los participantes en el concurso: igualdad de circunstancias objetivas a todas las empresas (ya sean repetidoras o trabajen por primera vez para esta).
- Definir claramente un timing a cumplir por parte de la agencia con la fecha de entrega de las propuestas y por el cliente con la fecha máxima de comunicación de la resolución final del concurso a los proveedores.
- Establecer un plazo coherente para resolver dudas, tanto objetivas (generales del pliego) como subjetivas (específicas de la creatividad de cada agencia). Se notificarán las respuestas de las objetivas a todos los demás participantes y las subjetivas a la empresa concreta que plantee la duda.
- Facilitar respuesta comparable de manera cuantitativa y cualitativa.
- Pactar un acuerdo o NDA de confidencialidad recíproco, que estará recogido en el contrato.
- Los concursos siempre se hacen sobre trabajos con posibilidades reales de ejecución posterior.
- El número de agencias que finalmente concursan y tiene que desarrollar un trabajo debe ser proporcionado al proyecto y las características de las agencias deben ser acordes a la magnitud de este. (Se recomienda un máximo de 5).
- El proceso debe ser transparente en cuanto al número de participantes y al criterio y procesos utilizados para su validación.

AL PRESENTAR UN PROYECTO SERÍA RECOMENDABLE:

- Presentación de ofertas ajustadas a presupuesto, briefing y adaptadas a las estrategias y objetivos de cada cliente.
- Los presupuestos de las agencias deben ser claros, transparentes y estar debidamente desglosados.
- Se tendrá en cuenta el valor añadido real del trabajo. La creatividad, el diseño de piezas y su arte final deben tener un valor.
- El tiempo dedicado de equipo humano se valora por categoría profesional y dedicación al proyecto.
- La presentación, selección y negociación de proveedores debe tener un valor.
- Las ofertas serán defendidas presencialmente con un tiempo razonable para explicar el proyecto en toda su profundidad.
- Los sistemas de pagos y cobros deben ajustarse a los usos y costumbres distintos de determinados sectores (catering, artistas, hoteles...). Se justificará haber alcanzado determinados hitos o entregables para realizar su pago.
- Los modelos y criterios de negociación serán definidos previamente y notificados a los participantes con antelación.

AL ADJUDICAR UN PROYECTO DE UN CONCURSO RECOMENDAMOS QUE:

- El criterio de adjudicación sea claro y transparente y se informe previamente.
- Comunicación a los no adjudicatarios de los motivos de la decisión y de los puntos favorables y desfavorables de su propuesta.
- Los proyectos descartados no serán utilizados posteriormente para otros eventos siendo readaptados o copiados en alguna forma o manera.
- Las ofertas serán tratadas como solución global no pudiéndose mezclar conceptos o ideas de una propuesta para integrarlas en otras.
- Se respeten las normas fijadas en el briefing.
- Normas de cumplimiento y penalizaciones en las dos direcciones (empresa y agencia).

UNA VEZ ADJUDICADO UN PROYECTO SE RECOMIENDA QUE:

- Se trabaje bajo criterios de seguridad jurídica reflejados de manera contractual.
- Se respeten bidireccionalmente los acuerdos de confidencialidad y de protección de la propiedad intelectual, así como la información sensible de compañía y agencias.
- Se genere una política de pagos sostenible para ambas partes basada en una política de hitos realizados y pagados y del cumplimiento de los acuerdos contractuales.
- Se apliquen los sistemas, procesos y herramientas de evaluación y validación de resultados del evento y, en su caso, la posible influencia sobre la remuneración de la agencia.

Patrocina:

Colabora: