

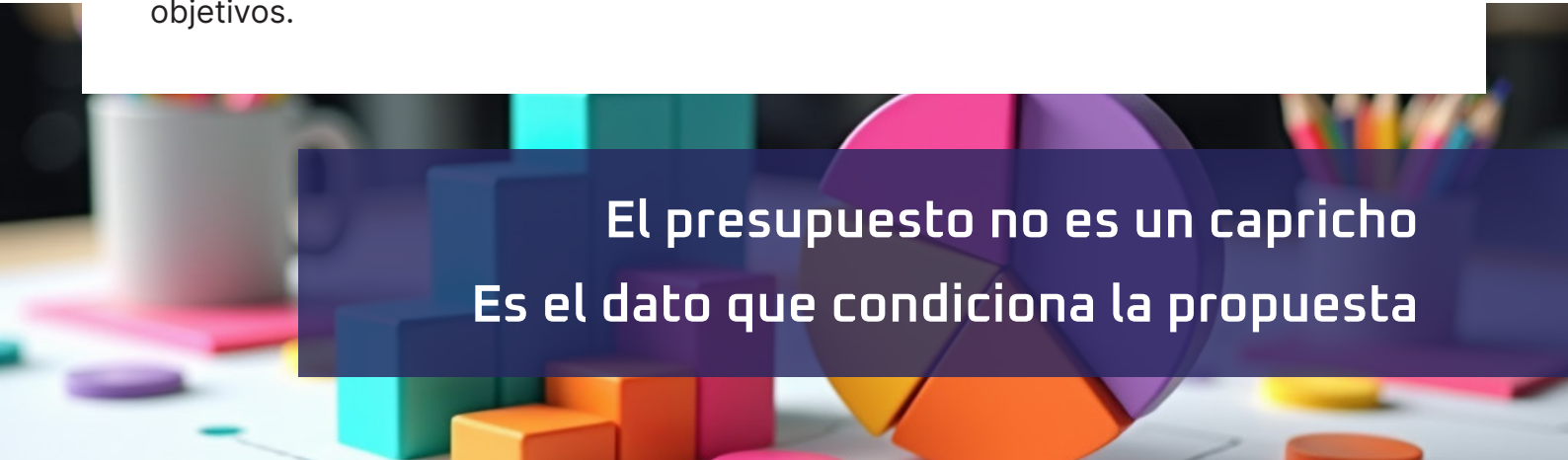
Concursos publicitarios sin presupuesto

¿De verdad seguimos así?

Participar en un concurso publicitario sin saber el presupuesto disponible es como construirse una casa en la playa sin saber cuánto cuesta el suelo; si puedo hacerla de 100m2 o de 300m2, con piscina, sin piscina, con ladrillo, piedra o mortero... Puede que la idea sea brillante... pero perfectamente inviable.

Y sin embargo, sigue siendo una práctica habitual.

Muchas marcas lanzan concursos sin compartir este dato fundamental, como si no fuera determinante para orientar una propuesta realista, eficaz y alineada con sus objetivos.



El presupuesto no es un capricho
Es el dato que condiciona la propuesta

No conocerlo obliga a las agencias a improvisar:

- ¿Hacemos una idea potente aunque quizás se salga del marco económico?
- ¿Vamos a lo seguro, por si acaso? Pero... ¿cuánto es lo seguro?

Y así, lo que debería ser un ejercicio de certezas y talento bien orientado, se convierte en un juego de adivinación. **Y todos salimos perdiendo:**

1. **Los anunciantes**, porque se pierden buenas ideas realmente adaptadas a sus posibilidades.
2. **Las agencias**, porque dedican tiempo y recursos a propuestas que no encajan.
3. El **resultado final**, porque parte de un planteamiento totalmente incierto.

En un entorno donde pedimos a las agencias ser más estratégicas, más creativas, más eficientes y más responsables, **¿cómo hacerlo si no sabemos con qué recursos contamos?**



El presupuesto no limita la creatividad. La enfoca. La hace posible

Y compartirlo desde el inicio no es mostrar debilidad. Es demostrar profesionalidad.

Ser claros con el presupuesto es un primer paso para establecer una relación sana, transparente y productiva. No se trata de dar cifras al céntimo, sino de marcar un marco realista sobre el que construir.

¿Y tú? ¿Cuántas veces has tenido que “imaginar” un presupuesto para poder concursar? ¿Cómo lo gestionas?

Y ¿cuántas veces has vivido el peor de los finales? “...nos encanta la propuesta, pero está fuera de presupuesto...”



Ser claros con el presupuesto es un primer paso para establecer una relación sana, transparente y productiva