



CODIGO DE ETICA PARA LA PARTICIPACION EN LICITACIONES (PITCH)

Considerando

- 1) Que las agencias publicitarias, de Medios, promoción, relaciones públicas y digitales miembros de la Asociación Dominicana de Empresas de Comunicación Comercial- ADECC- Inc., han asumido el compromiso de encauzar su actividad de modo tal de asegurar el debido respeto a la labor profesional que desarrollan y al tiempo, costos y esfuerzos que dedican a la misma dentro de un marco de competencia sana, intensa y vigorosa entre ellas.-
- 2) Que las empresas de comunicación comercial miembros de ADECC han advertido desde tiempo atrás la existencia de procesos de selección de empresa de comunicación publicitaria que vulneran el respeto debido a la actividad de las empresas y que insumen innecesariamente cuantiosos esfuerzos de recursos humanos y materiales por parte de las mismas.-

En atención a lo expuesto, las empresas de comunicación comercial miembros de ADECC desean dejar constancia de cuáles son las normas éticas que, a criterio de las mismas, deben regir los procesos de selección de una empresa de comunicación e invitar asimismo a los anunciantes, y en general, a todos quienes actúan en el mercado de las comunicaciones publicitarias, a adherir las normas que seguidamente se exponen:

- I. Cuando a los efectos de la designación de una empresas de comunicación comercial se desee contar con diferentes alternativas, el proceso de selección debe, en primer término, encauzarse a través de lo que puede ser denominado como “presentación de credenciales y antecedentes” de aquellas empresas a quienes el anunciante desea conocer a los fines de su eventual designación.- la experiencia nacional y del exterior ha demostrado que deben convocarse a este procedimiento de presentación de credenciales y antecedentes a un número limitado de empresas, estimándose que en la realidad actual dicho número no debería exceder de seis (6) empresas de comunicación, ya que previamente el anunciante debería haber determinado el perfil de la empresa a la que desea contratar.-

El contenido de la presentación de credenciales y antecedentes, si bien varía en cada caso, parte de la premisa de poder conocer quiénes son las empresas de comunicación publicitaria con las que posiblemente se contrate y, en lo que aquí interesa, no debe en ningún caso exigir la presentación de pruebas o propuestas concretas de trabajo para un producto o servicio actual o potencial del anunciante, las cuales son propias de los denominados “Licitación de agencia publicitaria y/o medios” a los que se hará referencia seguidamente.-

- II. Solo en aquellos supuestos en que la elección de una agencia publicitaria y/o de medios, objetivamente exija la presentación de propuestas creativas y/o estratégicas, se invitará a las empresas a participar de este proceso de selección, que a los fines del presente se denominará como “Licitación de agencia publicitaria y/o de medios”.- a los fines de la presente norma ética, se considerará como “Licitación de agencia publicitaria y/o medios” a cualquier invitación formulada a las empresas que requiera de las mismas, la presentación de cualquier tipo de propuesta que exceda de la mera presentación de antecedentes y credenciales.- de acuerdo a la experiencia nacional y extranjera, en el estado actual del mercado, se considera innecesario requerir la participación de más de tres (3) empresas en estas “Licitaciones”, número que puede ampliarse a cuatro (4) si también participa la actual empresa del anunciante.-

- III. Las empresas de comunicación comercial miembros de ADECC consideran que la competencia sana y leal entre las empresas que participan en una “Licitación” (Pitch) exige que se cumpla con los siguientes principios:
 - Claridad en la información requerida y en la propuesta que el anunciante espera que sea suministrada por la empresa.- se deberá requerir lo mismo a todas las empresas participantes a fin de asegurar reglas justas y equitativas en el proceso de selección.-
 - Transparencia en el manejo de la información oportuna y pública sobre la identidad de las empresas participantes en la licitación.-
 - Determinación de la misma fecha límite para todas las empresas intervinientes a los efectos de la presentación de la propuesta, y, si se requieren presentaciones de las propuestas, agrupar las mismas en el menor plazo posible.-
 - Determinación de la fecha en que el anunciante tomará su decisión, la cual debe ser comunicada a las empresas simultáneamente con la invitación a la “licitación”.-
 - Compromiso recíproco del anunciante y de las empresas invitadas a participar de guardar estricta confidencialidad sobre toda la información que se intercambie con motivo o en ocasión de la “licitación”.-

- Compromiso del anunciante de respetar la propiedad intelectual sobre las propuestas que formulen las empresas concursantes y obligación del anunciante de abstenerse de utilizar total o parcialmente las propuestas o ideas presentadas por aquellas empresas que no hayan sido seleccionadas, salvo que con posterioridad se realice un acuerdo que asegure la adecuada remuneración por el uso de la creación de la empresa en cuestión.- el anunciante asimismo deberá comprometerse a devolver a las empresas participantes todos los materiales e información que las mismas hubiesen suministrado, obligándose a no guardar copia en formato alguno de los mismos.-
- Compromiso del anunciante de remunerar adecuadamente a todas las empresas concursantes por el tiempo y esfuerzo invertidos a los fines de la presentación en la “licitación”, ya que solo la debida retribución al tiempo, esfuerzo y costos invertidos por las empresas, garantiza el debido respeto a la actividad profesional y el desarrollo de la competencia dentro de un marco de lealtad.- en el estado actual del mercado de las comunicaciones publicitarias de la República Dominicana. No es interés de la ADECC el obstaculizar la libre competencia mediante la fijación determinada de precios por lo cual, y de acuerdo a la información obtenida de los rangos de inversión monitoreada en los últimos 12 meses calendario, se sugieren las siguientes tarifas para la presentación en un concurso de empresas de comunicación publicitaria o de Medios por considerar las mismas como justa retribución:
 - Hasta RD\$10MM - US\$ 1,000
 - RD\$10 – 30 MM - US\$ 2,000
 - RD\$30- 70 MM - US\$ 5,000
 - RD\$70-100 mm - US\$ 12,000
 - Más de RD\$100MM -US\$ 20,000

**** Estas tarifas no incluyen el derecho a uso de las estrategias e ideas presentadas**

- Se aclara que para empresas que no tengan un historial de inversión, la tarifa será determinada por el monto del presupuesto declarado por el cliente para la Licitación (Pitch) o en su defecto se utilizará la tarifa media de la tabla propuesta, o sea US\$5,000.
- La agencia ganadora de la Licitación (Pitch), tendrá el derecho a otorgar un crédito por el valor del monto cobrado por participación en Licitación (Pitch).
- Las empresas de comunicación comercial miembros de la Asociación Dominicana de Empresas de comunicación Comercial dejan constancia que cualquier duda o cuestión de interpretación con relación a la presente Norma Ética, deberá resolverse haciendo prevalecer el espíritu de las mismas por sobre su interpretación literal.- A los fines de resolver

cualquier duda de interpretación al respecto, delega dicha función en la Comisión de Ética de la Asociación Dominicana de Empresas de comunicación Comercial que deberá resolver cualquier cuestión interpretativa que pudiera plantearse, ya sea actuando de oficio o a pedido de parte.-

- Asimismo las empresas de comunicación comercial miembros reiteran que solo el debido respeto a las pautas señaladas en el presente asegurarán el resguardo de la ética profesional y el mantenimiento de una competencia leal y sana entre las empresas de comunicación publicitaria comprometiéndose a informar por escrito a ADECC acerca de los concursos en los cuales sean invitadas a participar.
- La violación a las normas éticas comprendidas en este documento podrá ser sancionada por el Comité Sancionatorio conforme a su Reglamento Orgánico y conforme lo establecen los Estatutos de ADECC en caso de violación grave de su Código de Ética.