



CÓDIGO DE ÉTICA

Capítulo 1. Alcance

Art. 1. - Este Código de Ética tiene por fin establecer y mantener la integridad y competencia leal entre las empresas asociadas a AMPRO.

Art. 2. - La adhesión a las disposiciones de este código es condición indispensable para pertenecer a la AMPRO.

Capítulo 2. Deberes frente a AMPRO URUGUAY

Art. 3. - Respetar las resoluciones tomadas del Comité de Ética, avaladas por el Directorio, autorizando a que las mismas sean promovidas y comunicadas a través de todos los medios públicos y privados de que esta asociación disponga.

Art. 4. - Ser fiel en el cumplimiento propio y ajeno de los Objetivos que AMPRO URUGUAY persigue estatutariamente, detallados a continuación:

a) Ofrecer servicios profesionales del más alto nivel profesional, contribuyendo de esta manera a crear una imagen de responsabilidad y profesionalismo de las Agencias de Marketing Promocional.

b) Colaborar en la difusión y comercialización de productos y servicios de esta área dentro de la disciplina de la Comunicación Publicitaria.

c) Promover y defender activamente las reglas inscriptas en la práctica del negocio del Marketing Promocional, estableciendo un sistema de normas y sanciones que permitan perfeccionar el ejercicio de este negocio.

d) Formular las pautas y promover una ética profesional adecuada a las expectativas pretendidas por AMPRO URUGUAY.

e) Informar y asesorar sobre las actividades de AMPRO a sus asociados y a toda entidad exógena que lo solicite.

d) Intercambiar experiencias, inquietudes e informaciones de toda índole, que tiendan a una mayor eficiencia de las empresas asociadas, como asimismo a desarrollar a la vez un espíritu de cooperación y mutua colaboración entre los mismos.

Art. 5. - Todos los asociados deben aceptar los estatutos de este código y contribuir a su puesta en práctica, así como también colaborar en toda gestión promovida por la asociación, cumpliendo y haciendo cumplir los estatutos de AMPRO y del Código de Ética.

Art. 6. - Evitar la utilización de mensajes y mecanismos engañosos o confusos en cuanto a los reales atributos de los productos o servicios promocionados. Las apelaciones enfáticas y las exageraciones explícitas y evidentes son propias de la comunicación comercial y por lo tanto son admisibles.

Art. 7 - Evitar o impedir en las actividades promocionales la presencia o inclusión de mensajes, estímulos, mecanismos e imágenes que pueden inducir a:

- La discriminación social, racial, religiosa, política, sexual o de cualquier otra clase.
- La adicción a drogas.
- La perpetración de delitos y transgresiones a la ley y la moral.
- El acceso de niños y adolescentes a situaciones o prácticas perjudiciales o inapropiadas.

Art. 8 - Actuar en forma individual y grupal en la defensa de los legítimos intereses de la actividad promocional, frente a situaciones, medidas o normas de cualquier origen que afecte esos intereses u obstaculicen la práctica de la actividad en forma abusiva.

Art. 9 - No cotizar, presupuestar o facturar servicios o materiales por debajo de los costos lógicos y razonables que el buen criterio y el mercado aceptan como tales:

- Costos directos en general.
- Costos indirectos en general.
- Costos laborales, provisionales e impositivos de acuerdo a las reglamentaciones vigentes
- Costos de creatividad y desarrollo.
- Margen de utilidad u honorarios pactados con el cliente.

Art. 10 - No prestar servicio a una empresa que tenga mora o deuda con otra empresa miembro de AMPRO URUGUAY, salvo con el consentimiento de esta última. Cada caso debe ser presentado y aprobado por el directorio con anterioridad.

Art. 11 - Cancelar dentro en los plazos establecidos las cuotas sociales. Quien no pague dichas cuotas por el plazo de 3 meses no podrá usar la imagen de AMPRO URUGUAY y autoriza a que se le informe a todos los clientes que ha dejado de ser parte de dicha asociación.

Art. 12 - Cada asociado debe cooperar en toda gestión o movimiento promovido por AMPRO URUGUAY, excepcionalmente, en caso de fundada discrepancia, podrá abstenerse de dicha colaboración sin interferir en el desarrollo de la gestión o movimiento de que se trate.

Art. 13 - Respetar las leyes y ordenanzas vigentes establecidas para el desarrollo de actividades relacionadas con el Marketing Promocional.

Capítulo 3. Deberes frente a otros asociados

Art. 14. Contribuir a la armonía y las buenas relaciones entre otros socios, fomentando así la salud y el crecimiento de su actividad profesional, y la unión entre los socios.

Art. 15. No desacreditar de forma directa o indirecta los actos de otro socio de AMPRO, absteniéndose también a formular críticas infundadas o injustificadas a los actos de otros afiliados con la finalidad de atraer para sí sus clientes.

Art. 16. No realizar actividades o negocios de ningún tipo, ni beneficiarse a partir de ideas, planes y presupuestos desarrollados para el cliente, por otra empresa miembro de AMPRO salvo con el consentimiento de esta última.

Art. 17 - Actuar con lealtad frente a los demás asociados, teniendo en consideración los objetivos comunes de los que participan como integrantes de AMPRO URUGUAY.

Capítulo 4. Deberes frente a los clientes

Art. 19. - Prestar servicios al cliente procurando la mejor calidad y el mejor desempeño profesional de sus recursos humanos, en el entendido de que una gestión adecuada legitima a esta asociación y a sus integrantes. Entregar al cliente todos los servicios y periféricos de la actividad, con el más alto nivel profesional, ejerciendo con responsabilidad social la comunicación comercial.

Art. 20. - Aconsejar lealmente a su cliente, atendiendo a sus requerimientos reales y ofreciendo servicios acordes a sus necesidades.

Art. 21. - Garantizar la confidencialidad de la información de sus clientes, absteniéndose de usarla en beneficio propio o divulgarla a terceros, respetando y haciendo respetar las reglas generalmente aceptadas para la práctica de los negocios y la confidencialidad de la información entregada por el cliente.

Art. 22. - No ofrecer y prestar servicios al Cliente a título gratuito, salvo excepciones, dado que el costo de los mismos deberá ser subsidiado necesariamente por los ingresos provenientes de otros Clientes, configurándose una situación insostenible desde el punto de vista ético y comercial.

Capítulo 5. Normas y sanciones

Art. 24 - Habrá una comisión de ética, con carácter de órgano asesor de la Comisión Directiva, que tendrá a su cargo velar por la plena vigencia de las previsiones de este código de ética y aconsejar la aplicación de las medidas correspondientes en caso de infracciones.

Art. 25 - La comisión de ética estará integrada mínimo por dos miembros, que deberán ser personas de reconocida solvencia en materia de las actividades integradas en AMPRO URUGUAY, los que serán designados por la Comisión Directiva y durarán 1 año en sus funciones, pudiendo ser reelectos. en caso de vacancia temporal o definitiva, la Comisión

Directiva proveerá de inmediato un sustituto que deberá reunir los requisitos establecidos en el párrafo precedente.

Art. 26 - La comisión de ética fijará sus propias normas de procedimiento, las que se ajustarán a las reglas y garantías del debido proceso. Sus actuaciones serán reservadas a fin de preservar los derechos de quienes puedan encontrarse involucrados en una investigación o denuncia.

Art. 27 - La comisión de ética podrá dictaminar de acuerdo con la convicción que cada uno de sus integrantes se haya formado sobre la cuestión sometida a su consideración, atendiendo especialmente a las pruebas producidas.

Art. 28 - Las medidas y sanciones serán las siguientes: a) observación; b) apercibimiento; c) censura pública; d) suspensión como socio de AMPRO URUGUAY y e) eliminación definitiva como socio de AMPRO URUGUAY.

Art. 29º - La observación consiste en advertir al infractor que debe cumplir determinada norma que ha infringido, exhortándolo a no reincidir.

Art. 30º - El apercibimiento consiste en prevenir al infractor de las medidas que se adoptarán en caso de reiterarse la falta cometida.

Art. 31º - La censura pública es la divulgación de una declaración acerca de la falta cometida y de la calificación que merece la comisión de ética.

Art. 32º - La suspensión como socio de AMPRO URUGUAY consiste en la pérdida de los beneficios brindados por la asociación y la comunicación a los demás asociados del estado de esta situación.

Art. 33º - La eliminación definitiva como socio de AMPRO URUGUAY, consiste en la pérdida de los beneficios brindados por la asociación y la comunicación a los demás asociados del estado de esta situación, como así también hacia el exterior de la asociación (instituciones relacionadas con la asociación tanto a nivel nacional como internacional; clientes internos y externos de cada asociado, si así lo decidiera cada uno).

Art. 34º - En todos los casos, las medidas y sanciones a que refieren las disposiciones precedentes deberán ser proporcionadas a la gravedad de las infracciones cometidas, debiendo respetarse la garantía de defensa, y haciendo aplicación de las disposiciones estatutarias pertinentes.