

BASES DEL GLOBAL MARKETING COMPETITION

EDICIÓN 2015

Las bases de este concurso se encuentran a disposición de los participantes en www.globalmarketingcompetition.com

PRIMERA.- ORGANIZADOR

Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC (en adelante "La Organización").

SEGUNDA.- MODALIDAD DE LA COMPETICIÓN

El equipo ganador será escogido por un jurado especializado.

TERCERA.- FECHAS DE INSCRIPCIÓN Y FECHAS DE LA COMPETICIÓN

Fechas de inscripción

La inscripción en el GLOBAL MARKETING COMPETITION comenzará en el mes de enero de 2015 y se extenderá hasta el día miércoles 13 de mayo de 2015 a las 00:00 horas Madrid GMT.

Fechas de la competencia

La competición se iniciará en mayo y la final se celebrará en noviembre en Madrid.

CUARTA.- PARTICIPACIÓN E INSCRIPCIÓN

Legitimación

Podrán participar en el GLOBAL MARKETING COMPETITION todos los alumnos universitarios matriculados en una carrera y/o alumnos de programas de postgrado (Máster o doctorado) en cualquier Universidad o Escuela de Negocios durante el curso 2014-2015.

Exclusiones

No podrán participar en la edición 2015 del GLOBAL MARKETING COMPETITION los finalistas, ganadores ni profesores asociados a equipos finalistas/ganadores de anteriores Open Business Games organizados por ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL (Global Marketing Competition, Business Marketing Game, Global Marketing Game, Latin Marketing Game, China Marketing Competition y Business Marketing Competition) o que hayan utilizado simuladores MMT.

Participación por Equipos

La participación se realizará en equipos, que se conformarán con un mínimo de dos y un máximo de tres personas.

Cada equipo nombrará a un integrante como "responsable" de recibir y enviar cuanta información se genere en relación al concurso. El equipo deberá constar con una dirección de correo

electrónico con un buzón de capacidad no inferior a 10MB para comunicarse con la Organización durante el desarrollo de la competición. El responsable será la única persona válida a efectos de recibir y de transmitir la información que la Organización envíe.

Requerimientos para participar

Serán necesarias las siguientes prestaciones mínimas:

- Conexión a Internet.
- Dirección de correo electrónico.
- Navegadores: Internet Explorer 6.0 o superior; Firefox 1.04 o superior; Safari 1.2 o superior.
- JavaScript activado en el navegador.
- Lector de archivos PDF (Acrobat Reader, XPDF, KPDF, etc.).

Se dejarán transcurrir dos días, a partir de que ESIC haya validado la inscripción del equipo, para que los miembros de cada equipo se familiaricen con las reglas de la competición y las instrucciones operativas y del escenario.

Inscripción

La inscripción se realizará únicamente a través del web site www.globalmarketingcompetition.com, cumplimentando el formulario correspondiente de forma íntegra y veraz.

La Organización se reserva el derecho de descalificar automáticamente a quienes otorguen datos falsos o incompletos. La Organización se reserva el derecho de validar la información aportada por los equipos en cualquier momento, pudiendo requerir copias del documento de identidad, carné de estudiante u otros que considere oportunos.

Inscripción gratuita para estudiantes de grado y postgrado y recién titulados en paro (que hayan terminado sus estudios como máximo hace tres años).

Aceptación de las Bases

Los participantes deberán haber aceptado las presentes bases y cada uno de sus términos, incluyendo la política de privacidad.

QUINTA A.- CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

1. Serán rechazadas las fichas de inscripción ilegible, incompleta o recibida fuera de los plazos establecidos.
2. Los participantes están obligados a comprobar su identidad con los documentos que requiera la Organización.
3. La Organización se reserva el derecho a comprobar, por los medios necesarios, la identidad de los participantes.
4. En ningún caso la misma persona puede participar en más de

BASES DEL GLOBAL MARKETING COMPETITION EDICIÓN 2015

- un equipo. El hacerlo supondrá la eliminación de la competición de ambos equipos en los que la persona estuviese inscrita. Además, la persona quedará vetada para participar en el futuro, en cualquiera de las competiciones organizadas por ESIC.
- Los organizadores no tendrán responsabilidad sobre el acceso a los servidores donde se llevará a cabo la competición ya sea producido por fallos en cableados, en enrutadores, en nodos de primer nivel, o por cualquier otra causa.
 - La participación en el GLOBAL MARKETING COMPETITION supone la aceptación expresa de estas normas, del código de conducta de los participantes que se describe en el Anexo Único de este documento, así como los criterios técnicos de la programación y proceso de la competición.
 - Cualquier violación de las bases (normas, código de conducta y reglamento) de la competición supondrá la eliminación del participante y/o equipo en cuestión.
 - Las posibles reclamaciones sobre los resultados obtenidos por los equipos y sobre su clasificación, así como cualquier otra cuestión relacionada con el desarrollo de la competición, se resolverán de modo inapelable por la *Organización* y en acuerdo con los criterios establecidos en las bases depositadas ante notario.
 - La *Organización* se reserva el derecho de expulsión de cualquier equipo en caso de detectar cualquier irregularidad antes o durante la competición.
 - Las decisiones tomadas por la *Organización* serán inapelables y no cabe recurso alguno por parte de los equipos.

QUINTA B.- DINÁMICA DE LA COMPETICIÓN

La presente competición tendrá 2 etapas:

- Etapla online. Se desarrollará desde el inicio hasta la etapa previa a la final. Los equipos concursantes desarrollarán las distintas fases de la competición a través de la red, de acuerdo a lo que se explica en los siguientes apartados.
- Etapla presencial, aplicable únicamente a los 6 equipos finalistas, y que se desarrollará la ciudad que la *Organización* informe oportunamente.

Metodología

Se denominará “EMPRESA” a cada equipo de participantes. Cada equipo participará en las distintas fases del Concurso, en un mercado real compuesto por seis empresas incluida la suya, y que se denominará “SIMULACIÓN”.

Existirán 6 grandes grupos de REGIONES

- GP A

- GP B
- GP C
- GP D
- GP E
- GP F

Las primeras fases tendrán un carácter regional, encuadrándose los equipos participantes dentro de una de las regiones establecidas.

Se establecerá el número definitivo de regiones una vez haya concluido el período de inscripción. Cada región estará compuesta por un número determinado de países y los equipos participantes estarán encuadrados en una de las regiones establecidas a lo largo de las fases online.

A la final accederá el mejor equipo de cada región, en base a los criterios establecidos en la cláusula QUINTA B de estas bases.

Cada EMPRESA tendrá que elaborar un Plan de Gestión para el horizonte de un año, partiendo de la misma situación (BALANCE) y con los mismos datos (ESCENARIO).

El “Responsable” de cada equipo inscrito recibirá vía correo electrónico, inmediatamente antes del comienzo de la competición, el reglamento y normas de la misma (“Bases de la competición”). Dicho responsable se compromete a reenviar al resto del equipo la documentación aportada por la *Organización*.

La *Organización* no se responsabilizará en caso de que el Responsable no cumpla con su compromiso de mantener informado a su equipo de las condiciones y otros aspectos del concurso.

La *Organización* proporcionará, vía correo electrónico, al responsable de cada equipoparticipante la información de usuario (USERNAME & PASSWORD) para acceder al simulador al inicio de cada fase de la competición.

Después de procesar en el simulador las decisiones introducidas por los equipos, se activarán los resultados para que los participantes puedan acceder a ellos con su información de usuario (USERNAME & PASSWORD). Cada empresa desconoce los resultados de sus competidoras, salvo aquellos que pueden obtenerse a través de estudios de investigación de mercado.

A la vista de estos resultados, los participantes deben elaborar

BASES DEL GLOBAL MARKETING COMPETITION

EDICIÓN 2015

un nuevo Plan de Gestión, para un nuevo año, que dará origen a unos nuevos resultados, que seguirán el mismo proceso que los anteriores.

Calendario

En el calendario general se señalan las fechas de inicio y final de la competición y se describe el método operativo de recepción y procesamiento de las decisiones de los participantes y habilitación de acceso a los resultados por parte del Centro de Cálculo.

El calendario general es orientativo, ya que pueden variar las fechas de entrega y recepción de resultados, dependiendo del grupo al que se asigne a cada uno de los equipos. El calendario definitivo de cada grupo será comunicado por la *Organización* antes de comience la competición.

Recepción de decisiones

En las fases online, las decisiones deberán ser introducidas antes de la hora límite fijada señalada en el calendario. No se aceptan retrasos y la *Organización* no se hace responsable por defectos de forma. Dicha hora podrá ser adelantada a o retrasada si la *Organización* lo estimara oportuno.

Activación de los resultados

En las fases online, la activación de resultados se realizará a la hora del día señalado en el calendario. Dicha hora podrá ser adelantada o retrasada si la *Organización* lo estimara oportuno.

Etapas de la Competición

La competición tiene cuatro etapas:

- Octavos de Final: Tres Planes de Gestión.
- Cuartos de Final: Cuatro Planes de Gestión.
- Semifinal: Ocho Planes de Gestión.
- Final: Defensa de un Plan de Negocio de las decisiones tomadas en la fase semifinal ante el jurado (presencial).

Al finalizar cada fase, el juego comenzará de nuevo, aunque se reorganizarán los equipos en nuevas SIMULACIONES.

Criterios de Clasificación

El sistema de clasificación vendrá dado por Beneficio Acumulado, que se corresponde a la suma del Beneficio durante cada fase. Cada Fase comenzará con beneficio Cero.

El máximo Beneficio Acumulado dará al equipo que lo ha conseguido la primera posición y así, en orden de mayor a menor, hasta el equipo que ha obtenido el menor en cada Fase.

Se clasificarán para la Semifinal:

- GP A: Los 6 equipos con mayor Beneficio Acumulado.
- GP B: Los 6 equipos con mayor Beneficio Acumulado.
- GP C: Los 6 equipos con mayor Beneficio Acumulado.
- GP D: Los 6 equipos con mayor Beneficio Acumulado.
- GP E: Los 6 equipos con mayor Beneficio Acumulado.
- GP F: Los 6 equipos con mayor Beneficio Acumulado.

Si a través de este método todavía no es posible completar los treinta y seis equipos de la Semifinal, la *Organización* se reserva el derecho a utilizar el método que considere más conveniente.

Se clasificarán para la Final:

- GP A: El equipo con mayor Beneficio Acumulado.
- GP B: El equipo con mayor Beneficio Acumulado.
- GP C: El equipo con mayor Beneficio Acumulado.
- GP D: El equipo con mayor Beneficio Acumulado.
- GP E: El equipo con mayor Beneficio Acumulado.
- GP F: El equipo con mayor Beneficio Acumulado.

Si a través de este método todavía no es posible completar los 6 equipos de la Final, la *Organización* se reserva el derecho a utilizar el método que considere más conveniente.

Posiciones de la Final

Las posiciones finalistas serán decididas por el jurado de la competición, tras haber escuchado la defensa del Plan de Negocio.

Si en cualquier Fase la *Organización* detecta que un equipo no está participando será eliminado.

Final de la competición

La final del GLOBAL MARKETING COMPETITION tendrá Carácter Presencial, y se regirá por la siguiente estructura y normativa:

- El orden de exposición será aleatorio.
- Existirán dos turnos de exposición, cada turno estará formado por tres equipos.
- La duración máxima de exposición será veinticinco (25) minutos por equipo, y quince (15) minutos más para preguntas realizadas por el jurado si así lo requiriera.
- El contenido de la exposición será un Plan de Negocio en el que tendrán que defender las decisiones tomadas en la fase Semifinal.

BASES DEL GLOBAL MARKETING COMPETITION EDICIÓN 2015

- Todos los miembros del equipo tienen la obligación de asistir y exponer parte del Plan de Negocio. Si algún miembro del equipo no pudiera comparecer (exceptuando causas de fuerza mayor) el equipo finalista, sería reemplazado por el equipo que obtuviera dentro de su GP el mayor Beneficio Acumulado siguiente.
- La defensa del Plan de Negocio podrá ser expuesta en inglés o en castellano.
- Los equipos podrán utilizar los medios informáticos o visuales que consideren oportunos y se ajusten a los dispositivos técnicos dados por la *Organización*.
- Una vez finalizada la defensa del Plan de Negocio por los equipos, los miembros del jurado se reunirán para deliberar y decidir las posiciones finales. Dicha resolución será inapelable.

Tanto para la defensa del Plan de Negocio como para el acto de la entrega de premios los participantes deberán ir vestidos apropiadamente. Hombres con traje de chaqueta y corbata y mujeres con su equivalente.

SEXTA.- ATENCIÓN A PARTICIPANTES

La atención al participante se realizará únicamente a través de correo electrónico, para ello la *Organización* proporcionará una cuenta de correo electrónico de contacto para la atención al participante.

La resolución de las posibles dudas se contestará con la mayor brevedad posible. Sin embargo la *Organización* se reserva el derecho de no contestar cuando juzgue que dicha respuesta da una ventaja competitiva al equipo sobre el resto de participantes.

SÉPTIMA.- DESCRIPCIÓN DEL PREMIO

Los premios de la Edición 2015 del GLOBAL MARKETING COMPETITION, serán los siguientes:

[I] Viaje para todos los miembros del equipo, por tres días a la ciudad en la cual se desarrollará la final de la competencia. El nombre de dicha ciudad será informada oportunamente a los equipos participantes.

El viaje incluye:

1. Billetes ida y vuelta en clase turista a la ciudad de destino.
2. Alojamiento.
3. Desayuno.

El premio no incluye otros conceptos, como gastos personales.

[II] Máster Especializado en ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL para cada uno de los miembros del equipo finalista, clasificado en Primer Lugar. La matrícula del Máster, equivalente a mil euros (1.000 €) será abonado por los participantes. El Máster se podrá realizar en cualquier ciudad donde ESIC disponga de centros de formación. En el caso de que el Máster sea en inglés, deberá realizarse exclusivamente en Madrid.

El Máster deberá ser disfrutado en la convocatoria inmediatamente posterior (enero u octubre) a la celebración de la final. Los ganadores deberán cumplir con las condiciones académicas exigidas por ESIC Business & Marketing School.

[III] Premios en metálico

- Primer equipo Clasificado: 6.000 €
- Segundo equipo Clasificado: 4.000 €
- Tercer equipo Clasificado: 3.000 €
- Cuarto equipo Clasificado: 2.000 €
- Quinto equipo Clasificado: 1.500 €
- Sexto equipo Clasificado: 1.000 €

Los premios en metálico son cantidades únicas para cada equipo, a repartir entre todos los miembros del equipo, como estimen conveniente.

*Se aplicará una retención de un % del valor del premio en metálico para la Hacienda Pública.

En el caso de que el equipo ganador, o uno de sus integrantes no aceptase el premio, o no cumpla con los requisitos establecidos en las presentes bases y su código de conducta, de tal manera que la *Organización* decidiera no otorgarle finalmente el premio, o por cualquier otra razón se vea impedido de disfrutar del mismo, la *Organización* se reserva el derecho de declararlo desierto.

OCTAVA.- CONDICIONES DE LOS PREMIOS

- Si por cualquier razón ajena a la *Organización*, no hubiera disponibilidad de los premios previstos, la *Organización* se reserva el derecho de sustituirlos por otros, de igual o superior coste.
- Los premios son intransferibles.
- Los premios no pueden ser canjeados por metálico ni por cualquier otro premio.
- Queda prohibida la comercialización y/o venta de los premios.
- La *Organización* no se responsabiliza del uso que de los premios realicen los ganadores.

BASES DEL GLOBAL **MARKETING** COMPETITION

EDICIÓN 2015

- Se recomienda encarecidamente a los ganadores que se informen de la ciudad en la que se realizará la Final, y si es el caso, que obtengan su propio seguro de viaje, tengan el pasaporte válido y toda la documentación necesaria para viajar. En cualquier caso la *Organización* no asumirá responsabilidad alguna por la falta de seguro o de la documentación anteriormente requerida.
- Todos los impuestos y tasas relacionadas con el premio de esta promoción o aquellos gastos adicionales motivados por demora o negligencia por parte de los ganadores, serán de cuenta de éste, salvo que de otra forma, se hubiera establecido expresamente en las presentes bases. Serán de cuenta de los ganadores todos los gastos referentes a mejoras y extras que no correspondan con el premio detallado en las presentes bases.
- De conformidad con la normativa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, los premios concedidos por la participación en juegos, concursos, rifas, o combinaciones aleatorias vinculadas a la venta o promoción de bienes o servicios están sujetos a retención o ingreso a cuenta siempre que el valor del premio sea superior a 300 Euros.

NOVENA. - DERECHOS DE IMAGEN

Los ganadores autorizan a la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC a reproducir y utilizar su nombre y apellidos y otros datos, así como su imagen, en cualquier actividad relacionada con la competición o con ESIC, sin que dicha utilización le confiera derecho de remuneración o beneficio alguno con excepción hecha de la entrega de los premios obtenidos. Los ganadores autorizan expresamente a la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC a efectos de publicar tanto su nombre como sus apellidos en el website respectivo.

DÉCIMA. - PROPIEDAD INTELECTUAL

Los concursantes ceden los derechos de explotación relativos a sus trabajos, resultado de la competición, sin contraprestación de ningún tipo, a Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC, especialmente los derechos de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, en exclusiva, con facultad de cesión a terceros, y por todo el período que permite la legislación vigente. El ámbito de la cesión tiene carácter mundial.

UNDÉCIMA. - LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDADES

Además de lo ya establecido en cuanto a la limitación de

responsabilidades, la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC no se responsabiliza:

- Por el uso del premio que los ganadores puedan realizar.
- Por los servicios que terceras empresas deban prestar a los ganadores, en relación a los premios de la competición.
- Por el retraso del ganador en la retirada del premio según las instrucciones proporcionadas por la *Organización*.
- Por las incidencias que puedan ocurrir durante el viaje hacia la ciudad en la cual se realizará la Final de la competición, incluyendo incidencias de las aerolíneas, aeropuertos, y en general de cualquier incidente ocurrido durante el viaje, sea en sitios públicos o el lugar de alojamiento, y en los cuales la *Organización* no tenga una responsabilidad en su calidad de tal.

DECIMOSEGUNDA. - RESERVA DE DERECHOS

Además de lo señalado en cláusulas anteriores, en cuanto a la reserva de derechos de la *Organización*:

- La Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC se reserva el derecho de descalificar a aquellos que estén haciendo un mal uso de la competición, realizando actos fraudulentos o que perjudiquen a otros participantes. En caso de que la *Organización* o cualquier entidad que esté ligada profesionalmente a esta competición detecten cualquier anomalía o sospechen que un participante esté impidiendo el normal desarrollo de la misma, alterando su participación mediante cualquier recurso informático, o llevando a cabo cualesquiera actos fraudulentos que contravengan su transparencia, la *Organización* se reserva el derecho de descalificar e incluso retirar los premios de forma automática y sin explicación de ningún tipo, a todos aquellos participantes que se hayan beneficiado de forma directa o indirecta de este tipo de actuaciones fraudulentas, pudiendo además ejercer todas las acciones civiles o penales que pudieren corresponder. Igual sanción se aplicará a quienes violen el Código de Conducta de la competición que consta en el Anexo Único.
- En este sentido, la *Organización* declara que ha habilitado los mecanismos y soportes tecnológicos idóneos para detectar cualquier posible actuación fraudulenta, anómala o dolosa que pretenda alterar la participación normal.
- La *Organización* se reserva el derecho de realizar modificaciones o añadir anexos sucesivos sobre la mecánica y premios de la competición, siempre que las mismas estén justificadas o no perjudiquen a los participantes, y se comuniquen a estos debidamente.
- En caso de que esta competición no pudiera realizarse, bien por

BASES DEL GLOBAL MARKETING COMPETITION

EDICIÓN 2015

fraudes detectados, errores técnicos, o cualquier otro motivo que no esté bajo el control de la *Organización*, y que afecte al normal desarrollo de la misma, la *Organización* se reserva el derecho a cancelar, modificar, o suspenderla, sin que los participantes puedan exigir responsabilidad alguna.

DECIMOTERCERA.- OTRAS CONSIDERACIONES

- El período de reclamaciones finaliza 2 días naturales transcurridos desde que se da a conocer el resultado.
- La ayuda de profesores o personas fuera del grupo deberá ser limitada a información general. Si la *Organización* estimase una ayuda excesiva se planteará la expulsión del equipo.
- Los miembros del equipo no están autorizados a contactar con medios de comunicación o periodistas sin la expresa autorización de la *Organización*. En caso contrario la *Organización* se planteará la expulsión del equipo.
- Los equipos inscritos que por cualquier razón no puedan continuar en la competición, deberán comunicar su baja a globalmarketingcompetition@esic.edu

DECIMOCUARTA.- POLÍTICA DE PRIVACIDAD

Los datos personales serán recabados por la *Organización* con la finalidad de gestionar la participación y desarrollo de la competición, por tanto los datos de registro deberán ser veraces.

Los datos registrados pasarán a un fichero propiedad de la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC, adecuándose a la Ley Orgánica 15/99 de 13 de diciembre de Protección de Datos Personales. La Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC declara que se han adoptado las medidas técnicas y organizativas de protección de datos conforme al Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

En cumplimiento de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, el usuario manifiesta su autorización expresamente a la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC para que le envíe publicidad de sus productos incluso por correo electrónico o por otros medios equivalentes o similares. Para darse de baja escriba un e-mail a globalmarketingcompetition@esic.edu detallando en el ASUNTO del mail: "Baja de GLOBAL MARKETING COMPETITION"

Para ejercer sus derechos de acceso, rectificación, oposición o cancelación de sus datos, envíe su solicitud junto a fotocopia de su DNI o pasaporte por ambos lados, a: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC Avenida de Valdeñigrales, s/n (Edif. ESIC), 28223 - Pozuelo de Alarcón, Madrid (España).

DECIMOQUINTA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

En lo que corresponda, será de aplicación a la competición la legislación española vigente.

DECIMOSEXTA.- ACEPTACIÓN DE LAS BASES Y FUERO

La participación en la presente competición supone la aceptación íntegra de las presentes bases y la sumisión expresa de las decisiones interpretativas que de las mismas efectúe la *Organización*. Se podrá pedir a los ganadores un documento escrito aceptando todos los términos y condiciones de la competición. Todos los conflictos que se susciten en aplicación de las presentes bases, se resolverán por los Juzgados y Tribunales de Madrid Capital.

ANEXO ÚNICO: CÓDIGO DE CONDUCTA

GLOBAL MARKETING COMPETITION está muy orgulloso de la calidad de sus competidores, las instituciones, organizaciones y demás miembros de la comunidad involucrados en el evento. Para hacer de la competición una experiencia agradable para todos, los organizadores exigen que los competidores se adhieran a una serie de lineamientos conocidos como el Código de Conducta.

El objetivo de este código es identificar expectativas y clarificar acciones que son consideradas como violaciones y de esta manera ayudar a los competidores en la comprensión de las consecuencias de sus acciones.

Estos estándares se aplican a todos los competidores:

- Se espera que los competidores acaten las normas y bases de la competición y acepten las decisiones que de acuerdo a éste tome el comité organizador.
- Se espera que los competidores muestren respeto a los otros participantes (en fases presenciales), staff, voluntarios y demás miembros de la *Organización*, exhibiendo el decoro necesario en un evento de esta categoría.
- Serán consideradas como violaciones el lenguaje abusivo o soez, hacer trampas o intentarlo, muestras de mal carácter o

BASES DEL GLOBAL MARKETING COMPETITION

EDICIÓN 2015

irrespeto a otros competidores (durante fases presenciales), staff, voluntarios y demás miembros de la *Organización* y cualquier otra conducta que se considere influye en detrimento a los mejores intereses de la competición.

- El uso de teléfonos móviles, beepers (busca personas), radios o cualquier otro medio de comunicación con el exterior están prohibidos durante las fases presenciales de la competición.
- Los participantes deben aceptar la eliminación en cualquiera de las fases de la competición, con dignidad.

VIOLACIONES DEL CÓDIGO DE CONDUCTA, REGLAS Y/O BASES DE LA COMPETICIÓN

Si ocurre cualquier violación durante el evento, el participante deberá ajustarse inmediatamente al código, reglas y/o bases de la competición. Esto debe hacerse sin retrasos y el código debe mantenerse de ahí en adelante.

PENALIZACIONES

La primera ofensa puede merecer una llamada de atención o descalificación; la segunda provocará la descalificación inmediata del participante.

ACCIONES DISCIPLINARIAS

La Dirección de la competición será la autoridad final en cuestiones disciplinarias o de descalificación. Sus decisiones serán inapelables en todo caso.