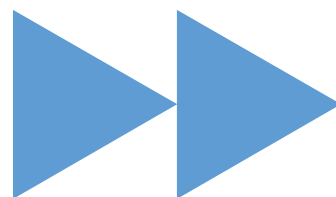


**CÁMARA DE  
EMPRESAS  
CREATIVAS**

**CÓDIGO DE ÉTICA, AUTORREGULACIÓN, PROMOCIÓN  
DE BUENAS PRÁCTICAS Y MEJORA CONTINUA**

DE LA CÁMARA DE EMPRESAS CREATIVAS DE CHILE



Abril 2024

En la cámara Empresas Creativas de Chile, tenemos el propósito de **"construir y garantizar un ecosistema de empresas creativas sostenibles y relevantes para la sociedad, las personas y el mercado moderno, con un indiscutido impacto positivo para la actividad económica del país"**, y de hacerlo conforme a los principios de libertad de expresión comercial, transparencia, colaboración y ética, que forman parte de los valores de nuestra asociación.

A su vez, entendemos que el pensamiento creativo-ético consiste en el buscar, identificar o crear ideas y oportunidades que generen valor a otros, considerando las implicaciones sociales y ambientales de su ejecución.

Actuar conforme a estos principios es un compromiso con la sociedad, con el desarrollo de la industria creativa de Chile y con nuestros socios, pero también con sus colaboradores, clientes y proveedores; compromiso que constituye el fundamento de nuestro quehacer y nuestra reputación como Cámara.

Por esta razón, presentamos **nuestro IIº Código de Ética, Autorregulación, Promoción de Buenas Prácticas y Mejora Continua (El Código), de la cámara Empresas Creativas de Chile**, cuyo objetivo es promover y apoyar a nuestros socios en el cumplimiento de altos estándares empresariales, en miras de la sostenibilidad del negocio [Sello Empresas Creativas de Chile].

Tanto su aplicación y como el sistema de mejora continua que este código propone, reforzará la reputación de Empresas Creativas de Chile y sus asociados, reforzando la confianza que en nosotros depositan nuestros clientes, trabajadores, proveedores, así como la autoridad y la sociedad en su conjunto.

Un cordial saludo,

El Directorio.

**CÓDIGO DE ÉTICA, AUTORREGULACIÓN, PROMOCIÓN  
DE BUENAS PRÁCTICAS Y MEJORA CONTINUA**  
[EL “CÓDIGO”] DE LA CÁMARA DE EMPRESAS CREATIVAS DE CHILE [LA “CÁMARA”]

# DEFINICIONES

**Artículo Primero. Alta Dirección:** Personas que realizan o que participan en la gestión del gobierno corporativo de las Empresas, su gerencia y direcciones de cuenta y creativas.

**Artículo Segundo. Autorregulación:** determinación de los miembros de la Cámara a ser los propios garantes de su comportamiento ético y del cumplimiento del presente Código.

**Artículo Tercero. Ética:** propensión de los miembros de la Cámara a evaluar cada una de sus acciones y relaciones de negocios dentro del ámbito de la ley, el desarrollo de mejores prácticas y el cuidado de la industria publicitaria / creativa.

**Artículo Cuarto. Mejora Continua:** Proceso continuo de las Empresas miembros de la Cámara, consistente en una evaluación constante de sus procesos, de nuevos riesgos y generación de mejoras.

**Artículo Quinto. Stakeholders de las Empresas:** Las empresas socias de la Cámara deberán considerar como parte participante del mercado creativo a sus trabajadores, clientes, proveedores, consumidores, medios, avisadores, agentes normativos / fiscalizadores; y en general, a cualquier organismo con el cual tengan relación directa o indirecta durante el desarrollo de sus procesos de negocio.

**Artículo Sexto: Modelo de Negocio:** Contempla **todos** los aspectos involucrados en el diseño de las soluciones que la empresa ofrece, y debe considerar la contribución directa e indirecta de los productos, bienes y/o servicios entregados, durante todo el tiempo de vigencia de la relación comercial.

Las empresas creativas están evolucionando en forma permanente, siguiendo las tendencias de la industria y el auge de las comunicaciones y contenidos digitales, observándose un mayor desarrollo hacia sistemas de remuneración más complejos y sofisticados. Este movimiento, hacia una mayor flexibilidad y diversidad de los modelos de negocio son parte de la libre expresión comercial, y consideran sistemas de retribución tales como: Fee, Comisiones, Bonificaciones, Honorarios, Bonos por Resultados, Pago por Proyectos, Pago por Derecho de Autor, Licencias, entre otros.

# VALORES DE LA CÁMARA DE EMPRESAS CREATIVAS DE CHILE

**Artículo Sexto.** En virtud de la necesidad de promover un correcto ambiente de negocios, la libre y sana competencia, relaciones basadas en la confianza y la sostenibilidad empresarial, Empresas Creativas de Chile, Asociación Gremial [en adelante Empresas Creativas de Chile o la Cámara] insta a sus empresas asociadas a desarrollar sus actividades dentro de los siguientes valores:

- **Transparencia:** entendida como la actitud constante de develar hechos sin ocultar o silenciar situaciones que puedan afectar la realidad de estos.
- **Cumplimiento Normativo y Legal:** entendiéndose que la observancia a la legislación y el marco regulatorio vigente es condición necesaria para pertenecer a Empresas Creativas de Chile.
- **Gobierno Corporativo:** los miembros de la Cámara deberán velar por una administración de sus propias empresas que considere no sólo el logro de objetivos financieros, sino que además el cumplimiento del presente Código y la satisfacción de sus diferentes stakeholders.
- **Protección de la Propiedad Intelectual:** las empresas miembros de la Cámara reconocen que la propiedad intelectual es un activo fundamental en los mercados en que se desarrollan, el cual deberá ser protegida, y sus derechos asociados, respetados durante toda la vida de un producto creativo y/o publicitario. En este contexto, el sistema de propiedad intelectual ofrece varias posibilidades que las empresas creativas pueden y deben utilizar, para lo cual la Cámara pondrá a disposición de sus socios manuales de buenas prácticas que, de manera voluntaria, podrán utilizar, implementar y promover en las relaciones con sus stakeholders internos y externos.
- **Comportamiento Comercial:** las empresas miembros de la Cámara, reconocen que observarán un buen comportamiento comercial con sus distintos stakeholders, entendiéndose, además, que los efectos de malas prácticas o incumplimientos genera efectos para todos quienes participan del mercado del cual participan las empresas miembro.

# DE LA BUENA FE Y BUENAS PRÁCTICAS

**Artículo Séptimo. Respeto de acuerdos:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen que, respecto de la toma y cumplimiento de acuerdos con sus stakeholders, la mejor práctica es su formulación por escrito, en forma clara con fechas, valores y acciones explícitas.

Los miembros de la Cámara suscriben el entendimiento que el cumplimiento de acuerdos y compromisos es un comportamiento basal para la protección del ambiente de negocios de la industria.

**Artículo Octavo. Trato justo o Comercio Justo:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen el valor de la libre y sana competencia, como parte fundamental de la mejora continua de los servicios que el mercado ofrece a los distintos stakeholders con quienes interactúa.

Las empresas miembros de la Cámara suscriben la voluntad de que sus acciones comerciales se realicen dentro de prácticas que respeten la libre competencia y la competencia leal, teniendo presente que cualquier acto fuera de este marco, lesiona el ambiente de negocios, la confianza y perjudica a todos los miembros de la asociación.

Se considera una buena práctica que los acuerdos suscritos entre las partes respeten los principios del “comercio justo\*\*”, lo que implica acuerdos equitativos y trato justo entre compradores, productores e intermediarios. Esto se aplica al tipo de obligaciones, cumplimiento de plazos y sanciones por incumplimiento.

---

*[\*\*] La definición globalmente aceptada de “Comercio Justo”, es la de un sistema comercial basado en los principios de igualdad y transparencia, que contempla - en términos generales - acuerdos y tratos justos entre compradores, productores e intermediarios, pero también involucra sustentabilidad y ética.*

---

**Artículo Noveno. Comportamiento ajustado a derecho:** Los socios de Empresas Creativas de Chile, comparten el principio de que las actuaciones de las empresas miembros de la Cámara deberán ser ajustadas a derecho y a la legislación vigente. Empresas Creativas de Chile reconoce que el cumplimiento relativo a las normas sobre competencia desleal y libre competencia es un comportamiento esencial para el desarrollo de los negocios en la industria creativa y publicitaria, siendo fundamental que sus socios respeten y cumplan las normativas vigentes aplicables.

Las empresas miembros de Empresas Creativas de Chile suscriben que incumplir estos fundamentos perjudican a las empresas, a la Cámara y al mercado en general, declarando inaceptables cualquier incumplimiento legal en este ámbito.

# DE LA TRANSPARENCIA

**Artículo Décimo. Modelo de Negocio:** Empresas Creativas de Chile y sus empresas miembros, adhieren el principio libre competencia y libertad de expresión comercial, lo que se materializa en una amplitud en los modelos de negocios y sistemas de retribución y/o remuneración, tales como: Fee, Comisiones, Bonificaciones, Honorarios, Bonos por Resultados, Pago por Proyectos, Pago por Derecho de Autor, Licencias, entre otros.

Sin perjuicio de lo anterior, el ejercicio dicha libertad comercial, se considera como una buena práctica los siguientes principios:

- **Transparencia:** Los sistemas de retribución y/o compensación deben reconocer el cien por ciento (100%) de los ingresos percibidos, de manera directa e indirecta, que surjan producto de la relación con el cliente. Estos ingresos serán transparentes y aceptados por todos los involucrados, de lo cual se dejará constancia en el acuerdo comercial que los origine, tanto en su valor y/o porcentaje, su plazo y forma de pago.

Los sistemas de retribución y/o compensación pactados e informados no debieran ser modificados en forma arbitraria. En caso de que existan razones justificadas para su modificación, éstas deberán ser de común acuerdo entre las partes, e informados en forma oportuna y veraz a los *stakeholders* involucrados.

En cumplimiento de la legislación vigente, los documentos tributarios asociados a los sistemas de compensación [cualquiera que éstos sean], deberán ser emitidos en forma transparente y en cumplimiento cabal de la normativa tributaria, debiendo ser claros y fidedignos respecto de las obligaciones que ellos contengan.

**Artículo Décimo Primero. Gestión de Conflictos de Interés:** Empresas Creativas de Chile y sus empresas miembros, reconocen que pueden existir conflictos de interés en el desarrollo de los negocios que llevan a cabo.

Es recomendable que los miembros de la Cámara lleven adelante acciones con sus trabajadores a fin de la prevención, revelación y transparencia de conflictos de interés. Dichas acciones debieran ejecutarse periódicamente, al menos, de manera anual.

Las empresas miembros reconocen que la no revelación de conflictos de interés lesiona la confianza general del mercado, por lo que se encuentran impedidas de realizar acciones para su ocultamiento o revelación parcial e inexacta.

**Artículo Décimo Segundo. Comunicación efectiva y completa:** La comunicación efectiva y completa es una práctica deseable para los miembros de la Cámara.

Será responsabilidad de la alta administración de las empresas miembros, implantar culturas que velen y aseguren que la comunicación interna y con stakeholders cumpla con los requisitos de efectividad y transparencia, estableciendo para ello mecanismos periódicos que permitan un control eficiente y perdurable a lo largo del tiempo.

# DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y LEGAL

**Artículo Décimo Tercero. Cumplimiento de obligaciones laborales:** Las empresas miembros de la Cámara declaran parte fundamental de su negocio el respeto irrestricto a la legislación laboral vigente, con énfasis en la protección de los derechos fundamentales de cada uno de sus trabajadores.

No podrán formar parte de la Cámara empresas condenadas en forma sistemática por violación a los derechos fundamentales de los trabajadores.

Toda relación con los trabajadores, o con profesionales de servicios a honorarios, deberá ser formalizada por escrito de acuerdo con la legislación vigente aplicable.

**Artículo Décimo Cuarto. Cumplimiento de obligaciones Tributarias:** Las empresas miembros de la Cámara declaran parte fundamental de su negocio, el cumplimiento de las obligaciones tributarias emanadas de los negocios en que se desarrollan.

Empresas Creativas de Chile declara entender que, por contingencias específicas, un miembro de la Cámara puede no dar cumplimiento en totalidad y plazos a determinadas obligaciones tributarias. Sin embargo, las empresas miembros que se encuentren en dicha situación deberán contar con planes y estrategias para asegurar el pago de los tributos pendientes e informar oportunamente de dicha situación a la Cámara.

Las empresas miembro que sean condenadas por evasión tributaria no podrán formar parte de la Cámara.

**Artículo Décimo Quinto. Cumplimiento de la normativa sobre competencia desleal:** Las empresas miembros de la Cámara declaran que las normas sobre competencia desleal constituyen la piedra angular sobre la que deben relacionarse entre ellas.

Por dicha razón las empresas asumen el compromiso de dar observancia a las normas sobre competencia desleal que les sean aplicables.



**Artículo Décimo Sexto. Protección a la libre competencia en el mercado:** Empresas Creativas de Chile, en todo momento busca promover y defender la libre competencia en el mercado en el cual interviene. Por dicha razón, el cumplimiento irrestricto a las normas que regulan la materia en el mercado es un requisito indispensable para aquellas empresas que pretendan ser miembros de la Cámara.

**Artículo Décimo Séptimo. Formalización de contratos:** La Cámara considera como una buena práctica que toda relación comercial relevante con clientes y proveedores sea formalizada por escrito, a través de contratos.

Empresas Creativas de Chile pondrá a disposición de sus asociados modelos de contrato tipo, para uso voluntario, basados en las mejores prácticas que la Cámara busca promover. Estos modelos tipo, serán revisados y actualizados por especialistas en las respectivas materias y aprobados por el directorio, al menos una vez cada 2 años.

Será considerado como una buena práctica, en observancia al presente Código, el que los miembros cuenten con mecanismos internos de control y gestión de contratos, que busquen asegurar su cumplimiento a la normativa legal aplicable y a este Código; y, que a su vez representen un apego a las mejores prácticas que busca fomentar la Cámara entre sus asociados.

**Artículo Décimo Octavo. Cumplimiento normativo de marcas y clientes:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen que determinados mercados cuentan con normativas específicas, emanadas de entidades regulatorias, y que dichas normativas deben ser consideradas en los servicios que prestan a sus clientes que participan en dichos mercados.

Es una buena práctica que los miembros capaciten a sus equipos en las normativas específicas que afecten a sus clientes.

**Artículo Décimo Noveno. Transparencia financiera:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen que, bajo ciertas circunstancias y por requerimientos de sus respectivos stakeholders, podrían verse en el deber de entregar información financiera y tributaria a organismos o entidades debidamente autorizadas para solicitar, analizar y tomar decisiones con dicha información.

Las empresas miembros de la Cámara reconocen que modificar maliciosamente, falsear, omitir u ocultar información financiera relevante cuando ésta le sea solicitada, además de ser un delito es un incumplimiento gravísimo este Código.

Es una práctica recomendable que empresas miembros de la Cámara pongan en conocimiento de sus stakeholders aquellas situaciones financieras que pongan en riesgo la continuidad y solvencia de las empresas, como también el patrimonio o reputación de dichos stakeholders.

Se recomienda a las empresas miembros de la Cámara que inicien procesos de reorganización empresarial o de liquidación [amparados bajo la Ley N°20.720] informarlo al directorio de la Cámara en un plazo no superior a noventa días, por escrito y en forma clara y transparente.

# GOBIERNO CORPORATIVO

**Artículo Vigésimo. Código de Ética:** Será considerado una buena práctica que la Alta Administración de cada una de las empresas miembro de la Cámara, generen y mantengan un código de ética que regule el comportamiento de sus trabajadores, sus relaciones con clientes, proveedores y aquellos stakeholders relevantes.

De existir, los códigos de ética de las empresas miembro de la Cámara, se recomienda que éstos estén a disposición del público general a través de sus sitios web.

Las empresas miembros mantendrán sistemas de difusión y recordación internos, con el objetivo de asegurar el conocimiento del código de ética vigente en cada una de ellas.

**Artículo Vigésimo Primero. Modelo de prevención de delitos económicos:** La Alta Administración de las empresas miembro de Empresas Creativas de Chile declaran expresamente conocer la legislación a la que hace mención este artículo, como su responsabilidad de implementar un modelo de prevención de delitos de conformidad a lo establecido en las Leyes Nros. 20.393 y 21.595, sus modificaciones posteriores o leyes complementarias.

Las empresas miembro que sean condenadas por la comisión de delitos indicados en las leyes antes citadas no podrán formar parte de la Cámara por un plazo de 3 años.

**Artículo Vigésimo Segundo. Política de Tratamiento de Datos Personales:** Empresas Creativas de Chile y sus empresas asociadas reconocen que la información y los datos personales son un activo importante para el desarrollo de sus actividades y negocios. A su vez, reconocen que dichos activos son propiedad de los consumidores.

Es una buena práctica que, para la correcta protección y administración de los datos personales de consumidores, cada empresa miembro cuente con una política formal de protección de datos.

De existir, se recomienda que la política de protección de datos sea de acceso público, y deberá ser considerada en cada una de las relaciones comerciales que cada empresa miembro sostenga con clientes, avisadores o proveedores. Adicionalmente, la Cámara recomienda a sus miembros que ante eventos de filtración de datos, las empresas miembro informen a todos quienes podrían ser afectados por dicha filtración o mal uso.

**Artículo Vigésimo Tercero. Compromiso Top Down de cumplimiento normativo y adopción a las mejores prácticas:** La Alta Administración de las empresas miembros de la Cámara será la responsable del cumplimiento del presente Código en cada uno de los aspectos que norma. La responsabilidad incluye, pero no se limita, a la implementación de mecanismos de control interno que entreguen una seguridad razonable de dicho cumplimiento.

**Artículo Vigésimo Cuarto. Participación de los directores en asambleas de Empresas Creativas de Chile:** Los directores o gerentes de las empresas miembro deberán participar activamente en las asambleas de la Cámara buscando mecanismos de suplencia que aseguren la participación y representatividad de sus empresas en dichas asambleas.

Las empresas deberán nombrar un Encargado de Comunicaciones con la Cámara, quien deberá velar por la comunicación entre la empresa y la Cámara, y quien, dentro de sus obligaciones, deberá asegurar la respuesta completa, exacta y oportuna de toda comunicación que la Cámara emane o solicite a sus asociados.

# DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

**Artículo Vigésimo Quinto. Sistemas de control interno para evitar plagios:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen los principios establecidos en la ley de protección a la propiedad intelectual y al derecho de autor, por lo que entiende como una buena práctica no cometer plagio o copia en lo sustancial de ideas de terceros sin autorización.

Es recomendable que en caso de usar referencias de ideas creativas de terceros, las empresas miembros de la Cámara:

- Soliciten formalmente por escrito la autorización y cesión de derechos de propiedad intelectual y derecho de autor.
- Informen a sus clientes dicha situación, en forma transparente y oportuna.

**Artículo Vigésimo Sexto. Comunicación y seguimiento a ideas creativas presentadas en licitaciones u otras formas de competencia:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen que las ideas creativas presentadas en licitaciones son propiedad de quienes las generan y presentan, siguiendo los principios establecidos en la ley de protección a la propiedad intelectual y al derecho de autor. Por ende, en ningún caso son propiedad de la entidad licitante, a menos que – de forma explícita y formal – se ceda el derecho a uso.

Las empresas miembro de la Cámara no debieran no utilizar en sus campañas ideas que terceros hayan presentado en licitaciones u otras formas de competencia, sin antes no haberse asegurado de que estas hayan sido cedidas o adquiridas formalmente por el cliente.

**Artículo Vigésimo Séptimo. Licencias y otros royalties de programas, aplicaciones y otros:** Para la Cámara, la protección de la propiedad intelectual no se limita a las ideas creativas que sus asociados generen, si no que se extiende a todos los *stakeholders* que puedan ser parte del proceso de prestación de servicios.

Las empresas miembros de la Cámara entienden que es una buena práctica el trabajar con sistemas, herramientas o softwares debidamente licenciados, quedando prohibida la prestación de servicios a través de programas “pirateados”.

**Artículo Vigésimo Octavo. Sistema de seguimiento de derechos de imagen o de autor de terceros relacionados:** Es una buena práctica que las empresas miembros de la Cámara se comprometan a salvaguardar los derechos de imagen de todo tercero que participe en las producciones publicitarias que lleven a cabo.

Es una buena práctica que las empresas cuenten con sistemas de control interno que permitan realizar un seguimiento acabado a las fechas de vencimiento de contratos de uso de imagen, música o cualquier otra creación de terceros que sea utilizada en ideas creativas ejecutadas.

# DE LA CALIDAD DE SERVICIO

**Artículo Vigésimo Noveno. Capacitación RRHH:** Las empresas miembros de la Cámara reconocen que los conocimientos y competencias de sus trabajadores constituyen un elemento clave para la prestación de servicio de excelencia para con sus clientes, estando considerados dentro de los derechos de propiedad intelectual como “secretos comerciales”, entendidos como “la información confidencial que pueden ser vendidos o concedidos en licencia”.

Es una buena práctica que las empresas miembros se comprometan a generar sistemas de información y capacitación interna, que permitan asegurar el conocimiento y cumplimiento del presente Código, la legislación y normativa aplicable para el negocio publicitario y los derechos de los trabajadores.

**Artículo Trigésimo. Participación de Alta Administración de las empresas miembros en servicio a clientes:** La Cámara considerará una buena práctica de las empresas miembros, la participación de la Alta Administración durante todo el ciclo de vida de un contrato de servicios o proyecto. Las empresas miembros deberán cumplir los acuerdos alcanzados con sus clientes en este sentido, documentando la participación de los miembros de la Alta Administración en reuniones o comunicaciones con sus clientes.

# COMPORTAMIENTO COMERCIAL

**Artículo Trigésimo Primero. Cumplimiento de Compromisos de Pago:** Para la Cámara es una práctica deseable el que sus miembros realicen sus compras relevantes debidamente documentadas a través de Órdenes de Compra que contengan claramente los montos y condiciones de pago.

**Artículo Trigésimo Segundo. Velar por traspaso de responsabilidad a clientes y desde proveedores:** Las empresas miembros reconocen que, en caso de incumplimiento de la legislación vigente, las relaciones comerciales con sus clientes pueden generar obligaciones subsidiarias para estos últimos.

También las empresas miembros declaran entender que realizar una gestión de proveedores para sus clientes debe considerar el traspaso de riesgos a sus propios clientes, por lo que la selección de proveedores para sus clientes deberá considerar esta materia.

Es una buena práctica que las empresas miembros revelen el conocimiento de esta situación en sus contratos con sus clientes, y comprometan la máxima diligencia para que dicha situación no se materialice. Adicionalmente, las empresas miembros se comprometen a revelar a tiempo, en forma completa y clara, los riesgos de incumplimiento que puedan afectar a sus clientes.

## DE LA REVISIÓN DE CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

**Artículo Trigésimo Tercero. Revisión anual:** Será obligación del directorio de la Cámara la revisión anual del presente Código, proponiendo cambios, enmiendas o sumando nuevos ámbitos de acción, con el objetivo de actualizar y mejorar el Código.

**Artículo Trigésimo Cuarto. Cumplimiento de compromisos de mejoras:** Las empresas miembros deberán implementar un sistema de mejora continua, con el objetivo de subsanar los incumplimientos que tengan respecto del presente Código.

**Artículo Trigésimo Tercero. Las Empresas miembro se someterán voluntariamente a un sistema de revisión del cumplimiento del Código:** Las empresas miembros podrán solicitar a la Cámara su participación en una verificación periódica de cumplimiento del presente Código, la cual deberá ser ejecutada por un tercero independiente.

**Artículo Trigésimo Cuarto:** En caso de detectarse incumplimientos, las empresas comprometerán en forma clara y medible los plazos y actividades para solucionar y mejorar sus actividades y procesos que hayan influido en el incumplimiento detectado.

**Artículo Trigésimo Quinto. Lista de incumplimientos graves:** Lista de incumplimientos graves. Será materia del reglamento específico para estos efectos.

**Artículo Trigésimo Sexto Primero:** Entrega de sello por parte de **EMPRESAS CREATIVAS DE CHILE** (esto será materia de un reglamento específico).

# DE LAS SANCIONES ESTABLECIDAS EN EL CÓDIGO POR LAS INFRACCIONES COMETIDAS

**Artículo Trigésimo Séptimo. Canal de denuncias:** La Cámara dispondrá de un correo electrónico para la recepción de denuncias relativas al incumplimiento de este Código por parte de una de las empresas miembro. Dicha dirección es **denuncias@empresascreativas.cl**

**Artículo Cuadragésimo Tercero:** Las sanciones aplicables por el Tribunal de Honor de que trata el Título Duodécimo de este Código podrán ser las siguientes:

- Amonestación por escrito en Privado
- Amonestación por escrito, publicada en la página web de la Cámara
- Suspensión de membresía por 1 año
- Suspensión de membresía por 2 años
- Expulsión de la Cámara

## TRIBUNAL DE HONOR

**Artículo Cuadragésimo Cuarto:** Habrá un Tribunal de Honor que conocerá de los procedimientos sancionatorios aplicables a las empresas miembro que incurran en infracciones al presente Código.

El Tribunal de Honor sesionará sólo en caso de que existan procedimientos sancionatorios en contra de una o más de las empresas miembro.

El Tribunal de Honor sesionará cada vez que lo estime necesario y necesitará la asistencia de la totalidad de sus miembros para su instalación.

**Artículo Cuadragésimo Quinto:** El Tribunal de Honor se conformará por tres integrantes que serán elegidos por el Directorio de la Cámara. La elección de dichos integrantes procederá del siguiente modo: (i) dos integrantes serán elegidos de un grupo de cinco personas que cada tres años formarán parte de lo que para efectos de este título se denominará “Aspirantes al Tribunal de Honor”; y, (ii) un tercer integrante será una persona externa a la Cámara quien debe ostentar una profesión afín o idónea a las áreas de interés de la Cámara, con al menos cinco años de experiencia acreditada en dichas áreas.

Los cinco integrantes del grupo denominado “Aspirantes al Tribunal de Honor” serán elegidos cada tres años por el Directorio de la Cámara y no podrán ser reelegidos en sus cargos.

# ÁMBITO DE APLICACIÓN

**Artículo Cuadragésimo Sexto:** El presente Código será aplicable para toda aquella empresa que por cualquier medio adquiera la calidad de miembro de la Cámara y desde el momento en ostente dicha calidad. La calidad de miembro de la Cámara deberá sujetarse en todo momento a las exigencias impuestas en sus estatutos.

**Artículo Cuadragésimo Séptimo:** Respecto de aquellas empresas miembro que a la fecha de implementación del presente Código ostentaban la calidad de Agencias Miembro de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, las disposiciones contenidas en el presente Código deberán implementarse por éstas en un periodo de un año contado desde la entrada en vigencia del mismo.

**Artículo Cuadragésimo Octavo:** El presente Código entrará en vigor a partir del día 25 de Abril de 2024.

