



ASOCIACIÓN DE MARKETING
DIGITAL Y DATA DE CHILE

CÓDIGO DE ÉTICA Y AUTORREGULACIÓN

ARTÍCULOS
LEGAL DIGITAL
DISPOSICIONES
CONSEJO DATA
CUMPLIMIENTO
CONSUMIDOR
MARKETING
ESTATUTOS
SOCIO FUENTES
TRANSPARENCIA

INTRODUCCIÓN



Carolina Cabrera S.
Directora del Consejo de Ética
y Autorregulación
Asociación de Marketing Digital
y Data de Chile A.G.

La confianza como infraestructura de la innovación

En 2026, hablar de ética en marketing digital y uso de datos exige reconocer que estamos frente a un escenario profundamente distinto. La inteligencia artificial, la automatización, la elaboración de perfiles y la capacidad de personalizar comunicaciones, productos y servicios han ampliado de manera extraordinaria las posibilidades de las organizaciones. Pero también han hecho más complejas las decisiones que deben adoptar.

La tecnología y los datos pueden contribuir a comprender mejor a las personas, anticipar necesidades, mejorar experiencias y desarrollar soluciones más eficientes y sostenibles. Sin embargo, cuanto mayor es la capacidad tecnológica, mayor es también la responsabilidad asociada a su utilización. La pregunta ya no es solamente qué podemos hacer con los datos, sino qué debemos hacer con ellos y bajo qué condiciones resulta legítimo hacerlo.

La ética comienza precisamente allí donde la capacidad técnica, la oportunidad comercial y las expectativas de las personas deben encontrarse. No busca frenar la innovación, sino darle dirección, consistencia y legitimidad. Una innovación que desconoce la dignidad, la autonomía o los derechos de las personas difícilmente podrá generar valor sostenible.

Este Código de Ética y Autorregulación entrega un marco común para enfrentar esas decisiones. Sus principios de licitud, finalidad, proporcionalidad, transparencia, seguridad, confidencialidad, responsabilidad y no discriminación no son formulaciones abstractas. Deben traducirse en preguntas concretas: qué datos necesitamos; para qué los utilizaremos; durante cuánto tiempo los conservaremos; quiénes tendrán acceso a ellos; qué proveedores participarán en su tratamiento; qué decisiones se adoptarán a partir de un perfil, y si estamos en condiciones de explicarlas y responder por sus consecuencias.

El año 2026 representa, además, un momento decisivo para Chile. La entrada en vigencia de un nuevo estándar de protección de datos personales exige que las organizaciones revisen no solo sus documentos, sino también sus prácticas, procesos, tecnologías, contratos y estructuras de decisión. El cumplimiento de la ley es indispensable, pero constituye un punto de partida. La verdadera responsabilidad consiste en integrar estos principios en la manera en que se diseñan los negocios y se toman decisiones a lo largo de todo el ciclo de vida de los datos.

En este contexto, la autorregulación es el gran desafío de las organizaciones. Autorregularse significa asumir voluntariamente estándares comunes, someter las propias prácticas a revisión y estar disponible para responder por ellas. Para que sea efectiva, debe ser exigente, verificable y capaz de producir mejoras reales. No puede limitarse a expresar buenas intenciones: debe convertirse en conducta, evidencia y aprendizaje.

El Consejo de Ética y Autorregulación tiene la responsabilidad de resguardar la aplicación independiente y consistente de este Código. Su labor no se agota en conocer eventuales infracciones. También debe contribuir a que los principios aquí contenidos orienten las decisiones de los integrantes de la AMDD y se mantengan vigentes frente a nuevas tecnologías, modelos de negocio y desafíos sociales. Poner a las personas en el centro significa reconocerlas no como una fuente pasiva de información, sino como titulares de derechos, intereses y expectativas legítimas. Significa comprender que la relación entre una organización y una persona solo puede sostenerse cuando existe un intercambio de valor que sea transparente, justo y respetuoso.

Como Directora del Consejo de Ética y Autorregulación, invito a los integrantes de la AMDD a entender este Código como un instrumento vivo: una guía para decidir, anticipar riesgos y actuar responsablemente. La confianza no se declara ni se presume. Se construye, decisión a decisión, comunicación a comunicación y dato a dato.



06

08

23

33

38

41

44

51

TÍTULO I
ÁMBITO DE APLICACIÓN

TÍTULO II
CONDUCTA DE LOS INTEGRANTES DE AMDD EN EL MARCO DE LA ASOCIACIÓN

TÍTULO III
ACTUAR DE LOS SOCIOS EN ACTIVIDADES DE MARKETING Y TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

TÍTULO IV
OBSERVANCIA DEL CÓDIGO

REGLAMENTO DEL PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO

TÍTULO I
PROCEDIMIENTO POR INICIATIVA DEL CONSEJO

TÍTULO II
PROCEDIMIENTO POR DENUNCIA DE TERCEROS

TÍTULO III
DISPOSICIONES GENERALES

TÍTULO I ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1º: Ámbito de aplicación del Código. Este Código tiene por objeto:

1. Establecer el marco ético general que debe orientar las decisiones y acciones de los socios, directores, consejeros, ejecutivos, trabajadores, proveedores y demás personas naturales y jurídicas que participen de los órganos internos y actividades de la AMDD (conjuntamente, los «Integrantes de AMDD» o «Integrantes»); y
2. velar por que los socios realicen sus actividades de marketing y tratamiento de datos personales en forma ética y lícita.

Artículo 2º: Obligatoriedad, cumplimiento e interpretación del Código. Los Integrantes de AMDD están obligados a conocer y cumplir las disposiciones de este Código y las decisiones que adopte el Consejo de Ética y Autorregulación (el «Consejo»).

Asimismo, los Integrantes de AMDD deben cumplir con todas las normas establecidas en el ordenamiento jurídico vigente. Ninguna de las disposiciones de este Código deberá interpretarse de tal manera que contradiga o lleve a incumplir la legislación chilena. En ningún caso este Código pretende inhibir la aplicación de los reglamentos internos o códigos de conducta de otras entidades en las que participen los Integrantes de AMDD.

Los socios serán responsables de los actos de sus empleados, mandatarios, contratistas y subcontratistas, debiendo tomar las medidas necesarias para que ellos cumplan con las disposiciones de este Código. Asimismo, deberán contar con evidencia suficiente y adecuada para demostrar que cumplen con este Código.

Cualquier duda sobre su alcance o contenido puede ser consultada ante el Consejo, que tiene la facultad de interpretarlo.

TÍTULO II CONDUCTA DE LOS INTEGRANTES DE AMDD EN EL MARCO DE LA ASOCIACIÓN

PÁRRAFO I DEBERES DE CONDUCTA

Artículo 3° Integridad y respeto personal. Los Integrantes de AMDD deben mantener un comportamiento ejemplar. AMDD exige de sus Integrantes el respeto a la dignidad de todos quienes forman parte de AMDD, y espera de estos una conducta honesta y responsable en su actuar.

AMDD valora la dignidad personal y rechaza actitudes de discriminación arbitraria. Se considerará discriminación arbitraria toda distinción, exclusión o preferencia basadas en los motivos especificados en el artículo 2° inciso 4° del Código del Trabajo.

Para la Asociación es imprescindible que sus Integrantes puedan desarrollarse en un ambiente de participación grato y libre de discriminación y de todo tipo de acoso, ya sea laboral o sexual. AMDD no tolera, y repudia drásticamente, este tipo de conductas.

El ambiente de colaboración interno está caracterizado por el respeto, la imparcialidad, la cordialidad, el trato justo y la inclusión.

Asimismo, y conforme al principio de imparcialidad, todos aquellos con quienes los Integrantes se vinculan externamente deben ser tratados de igual manera.

Artículo 4° Manejo de la información. Para cumplir con su misión, AMDD debe manejar grandes volúmenes de información, de diversas materias y calidades.

Los Integrantes de AMDD deben usar y comunicar la información que manejen de forma lícita y leal.

La información que AMDD ponga a disposición a través de sus canales de comunicación, como su sitio web, newsletters, eventos abiertos al público general, entre otros, será considerada como pública.

A menos de que se indique lo contrario, toda la información que no sea pública se considerará como confidencial, y en caso de dudas, la información se considerará de esta calidad.

Los Integrantes de AMDD que tengan acceso a información confidencial tienen el deber de usarla exclusivamente para los fines por los que esta les ha sido confiada, quedándoles absolutamente prohibido utilizarla para beneficio propio o de terceros.

Los Integrantes de AMDD deben proteger la información confidencial contra cualquier uso o divulgación no autorizado y respetar todas las políticas internas relacionadas con la protección y clasificación de este tipo de información. Cuando sea necesario comunicar información confidencial a personas ajenas a AMDD, será obligatorio tomar las medidas apropiadas para resguardar su confidencialidad.

Al realizar tratamiento de datos personales en el marco de las actividades de la Asociación, los Integrantes de la AMDD deberán cumplir con las políticas que establezca el Directorio y con la legislación chilena en la materia.



Artículo 5°: Conflictos de interés.

a) Concepto de conflicto de interés. Un conflicto de interés se produce cuando una persona o entidad tiene múltiples intereses o responsabilidades que podrían entrar en conflicto, y afectar su capacidad para tomar decisiones imparciales o justas.

En otras palabras, existe un conflicto de interés cuando concurren, a la vez, el interés propio del ejercicio de las funciones que corresponden al Integrante de AMDD con un interés particular, sea o no de carácter económico, de aquel mismo Integrante o de terceros vinculados a él, ya sea por relaciones de parentesco, afectividad o negocios; o cuando concurren circunstancias que le restan imparcialidad en el ejercicio de sus competencias.

Los conflictos de interés pueden adoptar diversas formas, de modo que los Integrantes de AMDD deberán seguir el sentido común y pedir orientación en caso de duda a través de los canales de comunicación establecidos con el Consejo.

b) Deberes ante posibles conflictos de interés. Los Integrantes de AMDD tienen el deber de informar si, en el contexto de las actividades de AMDD, se ven afectados por un conflicto de interés respecto de una materia sometida a su consideración, conforme se indica a continuación:

i) Los directores deberán reportar el conflicto que los afecta ante los demás directores, detallando la circunstancia que les resta imparcialidad para pronunciarse respecto de la materia en cuestión y absteniéndose de adoptar cualquier decisión relacionada con esta.

Si alguno de los directores toma conocimiento de que otro director está afectado por un conflicto de interés actual o eventual, deberá hacerlo presente al Directorio, el que decidirá, luego de escuchar al director afectado, si la circunstancia amerita la abstención del director afectado en la votación respecto de la materia que suscita el conflicto de interés.

Si el Directorio no pudiere alcanzar acuerdo al respecto, corresponderá al Consejo pronunciarse sobre la existencia del conflicto de interés.

ii) Los miembros del Consejo deberán reportarlo ante los demás consejeros e inhabilitarse de participar en una decisión o procedimiento sancionatorio cuando se vean afectados por cualquier circunstancia que pueda comprometer su imparcialidad para pronunciarse sobre el caso en cuestión.

iii) El gerente general deberá reportarlo ante el Directorio, para que este decida sobre la materia en cuestión y adopte las medidas necesarias para gestionar el conflicto reportado.

iv) Los miembros de las comisiones deberán reportarlo ante los demás integrantes de esta y abstenerse de adoptar cualquier decisión relacionada con esta. Si hubiera dudas respecto a la inhabilidad de algún miembro de las comisiones para participar de una decisión, cualquiera de los miembros, incluido el implicado, podrá pedir al gerente general que se pronuncie.

v) Los trabajadores de AMDD deberán reportarlo ante el gerente general, quien determinará las medidas para manejarlo.

Si algún Integrante toma conocimiento de un conflicto de interés que pudiese afectar a la Asociación en su conjunto, deberá comunicarlo al Consejo.

El gerente general deberá mantener un registro de los casos de conflicto de interés analizados por la Asociación. El Consejo tendrá acceso a dicho registro.

c) Procedimiento ante consultas de conflicto de interés. Cuando al Consejo le corresponda pronunciarse sobre un conflicto de interés, procederá de la siguiente forma:

i) Conocimiento del Consejo. El Consejo deberá pronunciarse sobre la existencia de conflicto de interés en un plazo máximo de siete días hábiles, contados desde la fecha en que haya tomado conocimiento de los hechos, pudiendo solicitar a las personas involucradas todos los antecedentes que sean necesarios para una mejor revisión del caso, a fin de verificar si existe o no el conflicto de interés y, de haberlo, adoptar las medidas necesarias para manejarlo adecuadamente.

ii) Medidas. Las medidas adoptadas para manejar conflictos de interés podrán consistir, entre otras, en la prohibición de la actividad que supone el conflicto, en la radicación del poder de decisión sobre esa materia en otra persona que no se vea afectada por el conflicto, o en la autorización de dicha actividad sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones que eliminen los efectos negativos derivados del conflicto.

iii) Decisión. La decisión del Consejo será notificada a las personas involucradas, a través de su correo electrónico, y al Directorio, a través de su presidente, a más tardar dentro de tres días hábiles una vez tomada la decisión.

Artículo 6° Protección de activos. Los activos de AMDD se componen de:

- a)** Activos tangibles, que incluyen bienes muebles (tales como dispositivos tecnológicos, dinero e instrumentos financieros, etc.) y bienes inmuebles.
- b)** Activos intangibles, que incluyen, entre otros, propiedad intelectual (tales como patentes, marcas comerciales, derechos de autor y licencias de uso), planes de negocios y marketing, bases de datos, registros (entre ellos, los expedientes de los socios, la información de sus cuotas sociales y las donaciones que hubieren realizado, listas de contactos), datos e información financiera y comercial.

Es deber de los Integrantes de AMDD proteger y utilizar adecuadamente todos los activos, tanto los pertenecientes directamente a AMDD como los arrendados o puestos a su disposición de otro modo, y utilizarlos únicamente para el cumplimiento de sus funciones.

En particular, deberán ser usados como se indica a continuación:

- i) Estará prohibido utilizar los dispositivos computacionales (entre otros, computadores y dispositivos de telefonía móvil) para fines ilegales o ajenos a AMDD, entre ellos, la realización de apuestas, la producción, almacenamiento, visualización y envío de pornografía de cualquier clase, la promoción de actividades comerciales ajenas a AMDD, y todo aquello que contravenga este Código, las normativas internas de la Asociación y la ley.
- ii) Los activos deben ser únicamente utilizados para lo que han sido previstos por la AMDD, y su cuidado deberá realizarse siguiendo los lineamientos de seguridad de la información y ciberseguridad que se contengan en las normativas internas.
- iii) Los dispositivos tecnológicos deberán ser protegidos con contraseñas seguras y será deber de los Integrantes de AMDD resguardar su confidencialidad y nunca compartirlas.
- iv) Cada Integrante debe extremar el cuidado y preocupación por los activos que se encuentran bajo su control, a fin de evitar hurtos, robos, daños, pérdidas u otros que puedan resultar en un perjuicio para AMDD.

Artículo 7° Respeto de los derechos de terceros. En el desempeño de sus funciones, los Integrantes de AMDD tienen prohibido:

- i) Transgredir los derechos de propiedad intelectual de terceros ya sea copiando, revendiendo o transfiriendo obras protegidas por derechos de autor (entre ellas, software, artículos, libros, bases de datos), sin la debida autorización de los titulares de aquellos derechos, cuando corresponda.
- ii) Usar materiales impresos o electrónicos de terceros sin autorización o sin dar atribución, cuando corresponda.
- iii) Proporcionar a AMDD activos de propiedad intelectual que pertenezcan a sus antiguos empleadores.



PÁRRAFO II

RELACIONES CON INSTITUCIONES DEL ESTADO, PARTICULARES Y COMUNIDAD

Artículo 8° Órganos de la Administración del Estado. AMDD es una asociación gremial y no forma parte de la administración del Estado. Su relación con los órganos de la administración, especialmente funcionarios públicos, debe desarrollarse con el debido respeto a sus funciones, procurando la búsqueda constante de soluciones a sus requerimientos, pero con pleno resguardo y preponderancia de los fines propios y de la autonomía e independencia de AMDD establecidos en la legislación.

Con el fin de propender a una mayor transparencia en sus actividades, AMDD llevará un registro de todas las reuniones o comunicaciones que sus órganos celebren con alguna de las autoridades mencionadas en los artículos 3° y 4° de la Ley N°20.730 («Ley de Lobby»), cuando esta reunión tenga entre sus finalidades promover los puntos de vista de sus miembros con respecto a la tramitación de leyes, actos administrativos o alguna de las actividades descritas en el artículo 5° de la Ley de Lobby.

Las reuniones se deberán llevar a cabo en las oficinas de autoridad o instalaciones gubernamentales, u otros establecimientos idóneos para este tipo de reuniones.

Asimismo, las comunicaciones relacionadas con actividades de Lobby deberán ser llevadas a cabo a través de los canales de comunicaciones oficiales o idóneos que la autoridad establezca para esta finalidad.

Artículo 9° Regalos, beneficios e invitaciones. La actuación de los Integrantes de AMDD deberá estar motivada por el principio de imparcialidad, y cumplir con todas las normas de libre competencia y antimonopolio, responsabilidad penal de la persona jurídica, comercio internacional, y las leyes contra el cohecho, financiamiento al terrorismo, lavado de activos y receptación.

Los Integrantes de AMDD deberán informar al gerente general sobre los regalos, beneficios, donaciones, pagos o invitaciones que reciban a propósito del ejercicio de sus funciones o en el marco de sus actividades en AMDD, y este último deberá informar al Consejo en su sesión más próxima.

a) Beneficios, donativos y pagos. Está prohibido a los Integrantes de AMDD, en relación con sus funciones y actividades relacionadas con la Asociación, ofrecer o aceptar beneficios, donaciones, ni pagos indebidos de ninguna especie, sea en operaciones con funcionarios públicos o personas del sector privado.

b) Regalos. AMDD procura incentivar el cuidado y austeridad en el uso de los recursos y evitar que sus decisiones se vean afectadas por factores ajenos a sus legítimos intereses. Por regla general se prohíbe ofrecer, dar o recibir regalos que pudieren razonablemente ser percibidos como incentivos para obtener algún beneficio por parte de la Asociación, o cuya entrega pueda implicar una violación a las leyes, regulaciones y políticas de AMDD, o pueda incomodar o afectar la buena imagen y reputación de AMDD.

Sin perjuicio de lo señalado anteriormente, se podrá entregar obsequios y regalos corporativos en nombre de AMDD, únicamente previa autorización del Directorio, la que se otorgará sólo si aquellos representan adecuadamente la imagen corporativa de AMDD y siempre que estén relacionados con los propósitos e intereses de AMDD. El valor del regalo no podrá sobrepasar el equivalente de UF 1,5.

Asimismo, los Integrantes de AMDD podrán aceptar regalos cuando tal acción sea de uso protocolar común y su valor no sobrepase de UF 1,5, y debiendo informar al Consejo. No obstante, en ningún caso podrán aceptar regalos de personas que se encuentren participando de algún proceso de licitación o contratación con AMDD y hasta 6 meses después de concluido el respectivo proceso o contrato.

c) Invitaciones. Los Integrantes de AMDD podrán aceptar invitaciones a almuerzos, cenas o eventos sociales con motivo de trabajo o cuando éstas sean de carácter protocolar y general. Lo anterior siempre y cuando ello no signifique, en ninguna circunstancia, un compromiso del Integrante, o un ejercicio de influencia sobre este, o cuando, por su carácter, naturaleza o frecuencia, pudieran ser interpretadas como una voluntad deliberada de afectar la independencia, imparcialidad o criterio del Integrante de AMDD.

Asimismo, los Integrantes de AMDD podrán recibir y aceptar invitaciones para participar en seminarios, congresos, visitas técnicas, cursos u otros eventos o actividades similares, sean nacionales o internacionales, siempre y cuando estas no sean financiadas por terceros que se encuentren participando de algún proceso de licitación o contratación con AMDD, o por terceros relacionados con estos últimos, en la medida que ello no signifique, en ninguna circunstancia, un compromiso del Integrante, o un ejercicio de influencia sobre este, o que, por su carácter, naturaleza o frecuencia, pudieran ser interpretadas como una voluntad deliberada de afectar la independencia, imparcialidad o criterio del Integrante de AMDD.

Ningún Integrante de AMDD podrá aceptar viajes pagados por terceros, incluidos pasajes y alojamiento, salvo que la actividad sea considerada como técnica o profesionalmente relevante para AMDD, o si la invitación es cursada en forma personal, dada la calidad de experto para participar como orador en aquella actividad. La calificación de la procedencia de la invitación deberá ser efectuada por el Directorio, tratándose de invitaciones cursadas a un director o al gerente general; y por este último, tratándose de invitaciones cursadas a otros Integrantes de AMDD.

En caso de estimarse procedente la invitación, el Directorio o el gerente general, según corresponda, determinará si la participación del Integrante de AMDD será financiada total o parcialmente por el tercero o por AMDD, conforme a los procedimientos internos para tal efecto.

Fuera de los casos señalados en este artículo, queda prohibido dar o recibir invitaciones en nombre de AMDD sin autorización del Directorio.

Artículo 10° Relaciones con proveedores. La relación entre los Integrantes de AMDD y los proveedores debe mantenerse bajo estricta independencia. Esto significa no asumir ningún tipo de compromiso ni parcialidad con respecto a un proveedor, debiendo siempre privilegiar los parámetros de utilidad, calidad y eficiencia en el uso de los recursos de AMDD.

Se deberá propender a obtener al menos tres cotizaciones para cada potencial contratación, sin perjuicio de que podrá contratarse por trato directo cuando haya circunstancias justificadas que así lo ameriten.

Es deber de los Integrantes de AMDD cumplir con todas las normas aplicables en esta materia, incluyendo las normas de competencia y antimonopolio, comercio internacional y leyes contra el cohecho, financiamiento al terrorismo, lavado de activos y receptación.

PÁRRAFO III REPRESENTACIÓN DE AMDD

Artículo 11° Representación de AMDD. Los Integrantes de AMDD obran por cuenta de esta exclusivamente en aquellas situaciones para las cuales se les ha otorgado poder o autorización, sea por la naturaleza de su cargo o por delegación expresa. Deberán abstenerse, por lo tanto, de actuar bajo el nombre de AMDD cuando no han sido autorizados para ello.

Deberán tener especial celo para dejar en claro que obran a título personal, cuando entiendan que sus actos propios podrían confundirse con actuaciones por cuenta de AMDD.

Los Integrantes de AMDD deberán participar en las actividades de la asociación con estricto apego al principio de la buena fe, velando por resguardar su reputación y no utilizar su nombre para fines personales u otros ajenos a los objetivos de la asociación.

Los Integrantes que representen a AMDD en una charla, conferencia, seminario u otra comunicación, deberán contar con la autorización del Directorio, o quien éste defina, e informar en forma previa los contenidos de su presentación. Todos los requerimientos de información que los medios de comunicación y difusión realicen acerca de AMDD deberán ser remitidos al Directorio, absteniéndose de proporcionar antecedentes o aceptar entrevistas, sin previa autorización de este.

Los Integrantes de AMDD deben participar con prudencia y cautela en los foros públicos de Internet (p. ej. redes sociales, muros de comentarios, blogs, salas de chat, plataformas de audios y videos, etc.), absteniéndose de emitir opiniones que pudieran atentar contra la reputación u objetivos de **AMDD**.

Sólo aquellas personas autorizadas específicamente por AMDD pueden publicar contenido en calidad de representantes de AMDD, y siempre deberán identificar su relación con AMDD. Sus publicaciones deben ser siempre honestas, veraces y respetuosas, cuidando no divulgar información confidencial ni infringir los derechos de terceros.



PÁRRAFO IV RESPECTO A LA LIBRE COMPETENCIA

Artículo 12° Libre competencia. En el desempeño de sus funciones y en el marco de sus actividades en la Asociación, los Integrantes de AMDD deberán cumplir con las siguientes obligaciones:

- a) Gestión de reuniones y actividades. Toda actividad de AMDD debe contar con una agenda previa, comunicada al convocar, presentada al inicio y respetada durante toda la sesión. Sólo se pueden agregar puntos adicionales si todos los asistentes lo aprueban.

Las reuniones no abiertas al público donde participe más de un Integrante de AMDD requerirán que los asistentes firmen la «Declaración de Cumplimiento en Materia de Libre Competencia y Respeto al Código de Ética de AMDD» antes de comenzar.

Las reuniones deben quedar registradas en un acta o minuta, salvo aquellas actividades abiertas al público general.

b) Acuerdos de colaboración entre socios. Los socios de AMDD sólo pueden colaborar si su acuerdo cumple con los siguientes requisitos: (i) queda escrito en acta; (ii) tiene un propósito específico, lícito y compatible con la normativa de libre competencia; (iii) documenta las mejoras esperadas; y (iv) se limita estrictamente a lo necesario para alcanzar los objetivos propuestos.

c) Intercambio de información entre competidores. Está prohibido compartir información estratégica que pueda influir en las decisiones de mercado de un competidor, como precios, costos, volúmenes, clientes, descuentos, estrategias comerciales o datos de licitaciones, entre otros.

Si se produce un intercambio de este tipo, cualquiera de los Integrantes de AMDD que esté presente en la reunión tendrá el deber de interrumpirlo de inmediato e informar al Consejo para que evalúe la situación y determine las acciones a seguir.

TÍTULO III ACTUAR DE LOS SOCIOS EN ACTIVIDADES DE MARKETING Y TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

PÁRRAFO I DEFINICIONES

Artículo 13° Definiciones. Para efectos de este Código, los siguientes términos tendrán el significado que aquí se señala:

- a) Consentimiento: manifestación de voluntad libre, específica, inequívoca e informada, otorgada a través de una declaración o una clara acción afirmativa, mediante la cual el titular de datos, autoriza el tratamiento de sus datos personales.
- b) Consumidor: persona natural o jurídica que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquiere, utiliza, o disfruta, como destinatario final, bienes o servicios.
- c) Cookie: pequeño archivo que un sitio web almacena en el navegador del usuario que lo ha visitado.
- d) Dato: información sobre algo concreto que permite su conocimiento exacto o sirve para deducir las consecuencias derivadas de un hecho o conducta.
- e) Datos personales: Cualquier información vinculada o referida a una persona natural identificada o identificable. Se considerará identificable toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante uno o más identificadores, tales como el nombre, el número de cédula de identidad, el análisis de elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona.

Para determinar si una persona es identificable deberán considerarse todos los medios y factores objetivos que razonablemente se podrían usar para dicha identificación en el momento del tratamiento.



- f) Datos personales sensibles: aquellos datos personales que se refieren a las características físicas o morales de las personas o a hechos o circunstancias de su vida privada o intimidad, que revelen el origen étnico o racial, la afiliación política, sindical o gremial, la situación socioeconómica, las convicciones ideológicas o filosóficas, las creencias religiosas, los datos relativos a la salud, al perfil biológico humano, los datos biométricos, y la información relativa a la vida sexual, a la orientación sexual y a la identidad de género de una persona natural.
- g) Elaboración de perfiles: toda forma de tratamiento automatizado de datos personales consistente en utilizar datos personales para evaluar determinados aspectos personales de una persona natural, en particular, para analizar o predecir aspectos relativos a sus hábitos de consumo, rendimiento profesional, situación económica, salud, preferencias personales, intereses, fiabilidad, comportamiento, ubicación o movimientos.
- h) Marketing: conjunto de operaciones que contribuyen al desarrollo de la comercialización de un producto o de un servicio.
- i) Marketing directo: la comunicación de marketing, de cualquier forma y a través de cualquier medio, que está dirigida a personas determinadas.

l) Socios: persona jurídica miembro de la Asociación.

m) Telemarketing: Marketing directo realizado por medio de un llamado telefónico, ya sea a teléfonos fijos o dispositivos móviles.

n) Titular de datos: persona natural a la que se refieren los datos personales.

o) Tratamiento de datos: cualquier operación o complejo de operaciones o procedimiento técnico, de carácter automatizado o no, que permitan recolectar, almacenar, grabar, organizar, elaborar, seleccionar, extraer, confrontar, interconectar, disociar, comunicar, ceder, transferir, transmitir o cancelar datos de carácter personal, o utilizarlos en cualquier otra forma.

PÁRRAFO II DEFINICIONES

Artículo 14° Principios de conducta. Al hacer tratamiento de datos personales, los Socios deberán respetar los siguientes principios:

a) Principio pro-consumidor. El Socio deberá propender a la satisfacción del consumidor y promover la protección de sus derechos.

b) Principio de transparencia e información. El Socio debe presentar sus productos o servicios, sus términos y condiciones y sus políticas y prácticas sobre tratamiento de datos personales de manera clara, precisa, inequívoca, transparente, completa y oportuna. Esta información debe estar permanentemente accesible y a disposición de cualquier interesado de manera gratuita.

c) Principio de no discriminación arbitraria. En su relación con los consumidores, los Socios deberán evitar incurrir en conductas que impliquen una distinción, exclusión o restricción que carezca de justificación razonable, y que cause privación, perturbación o amenaza en el ejercicio legítimo de los derechos fundamentales establecidos en legislación vigente.

d) Principio de licitud del tratamiento. Los datos sólo podrán tratarse con sujeción a la regulación vigente.

e) Principio de finalidad. Los datos personales deben ser recolectados con fines específicos y lícitos, y su tratamiento deberá limitarse al cumplimiento de estos.

f) Principio de proporcionalidad. Los datos personales que se traten deben limitarse a aquellos que resulten necesarios en relación con los fines del tratamiento.

g) Principio de calidad. Los datos personales deben ser exactos, completos y actualizados.

h) Principio de responsabilidad. Quienes realicen el tratamiento de datos personales serán legalmente responsables del cumplimiento de estos principios, y de las obligaciones y deberes que les correspondan conforme al Código y la ley.

i) Principio de seguridad. En el tratamiento de los datos personales, el responsable debe garantizar estándares adecuados de seguridad, protegiéndolos contra el tratamiento no autorizado o ilícito, y contra su alteración, pérdida, filtración, daño accidental o destrucción.

j) Principio de confidencialidad. El responsable de datos personales y quienes tengan acceso a ellos deberán guardar secreto o confidencialidad respecto de estos.

k) Principio de privacidad por diseño y por defecto. Los Socios deberán propender a aplicar las medidas técnicas y organizativas necesarias y adecuadas para cumplir con las exigencias y principios establecidos en este Código y la ley. Las medidas deben ser adoptadas considerando el estado de la técnica, los costos de implementación y la naturaleza, ámbito, contexto y fines del tratamiento de datos, así como los riesgos que implica el tratamiento para los derechos de los consumidores.

Asimismo, los Socios deberán aplicar las medidas técnicas y organizativas para garantizar que, por defecto, sólo sean objeto de tratamiento los datos personales que sean necesarios para los fines específicos y determinados del tratamiento. Esta obligación se aplicará al número de datos recogidos, a la extensión del tratamiento, al plazo de conservación de los datos y a su accesibilidad.

Artículo 15° Apego a la ética. En el desarrollo de sus actividades, los Socios deberán prestar estricta observancia a los más altos estándares de ética, poniendo en el centro al consumidor y la protección de sus derechos, evitando prácticas contrarias a la dignidad y derechos fundamentales de las personas.

En particular, los Socios tendrán prohibido utilizar técnicas de marketing denominadas de alta presión, tales como informar la existencia limitada de un producto o de ciertas condiciones especiales de venta por un tiempo limitado o ventas de cierre de negocios, no siendo estas circunstancias efectivas, ni ocupar cualquier otra técnica que pudiera ser considerada como acoso o engaño.

Artículo 16° Canales de comunicación. El Socio debe disponer de canales destinados a que los titulares de datos y consumidores puedan solicitar información sobre los datos que este trata y ejercer sus derechos.

PÁRRAFO III REGLAS PARA LA REALIZACIÓN DE COMUNICACIONES DE MARKETING

Artículo 17° Alcance de este párrafo. Toda comunicación de marketing directo que realicen los Socios, ya sea directamente o a través de un tercero, quedará sujeta a las disposiciones de este Código.

Las comunicaciones de carácter transaccional o aquellas que los Socios deban realizar para la ejecución o el cumplimiento de una norma jurídica, una sentencia o una obligación emanada de un contrato con el consumidor, no constituyen marketing directo y, por lo tanto, no están sometidas a las normas de este párrafo.

Artículo 18° Observancia de la legislación vigente. En la realización de marketing directo, todo Socio deberá cumplir las normas establecidas en el ordenamiento jurídico vigente en Chile, incluyendo las obligaciones establecidas en las leyes sobre tratamiento de datos personales y protección de los derechos de los consumidores.

Los Socios reconocen que el incumplimiento de la legislación vigente supone igualmente un incumplimiento de las disposiciones de este Código.

Artículo 19° Requisitos para el envío de marketing directo. El envío de marketing directo sólo se podrá efectuar con el consentimiento previo del consumidor u otra fuente de licitud suficiente.

Para que el consentimiento sea válido, este debe ser libre, específico, inequívoco, informado y cumplir con los demás requisitos que establezca la ley. Se considerará que el consentimiento es específico e informado cuando se le haya comunicado al consumidor que éste incluye la finalidad del envío de marketing directo.

El consumidor podrá siempre revocar su consentimiento para el envío de marketing directo a través de medios similares o equivalentes a los empleados para su otorgamiento, pero sin efectos retroactivos. Desde la revocación, el Socio no podrá continuar enviando comunicaciones de marketing directo al consumidor, salvo que recabe nuevamente su consentimiento o exista otra fuente de licitud para ello.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 20° letra b), los Socios deberán siempre disponer de un mecanismo de fácil acceso para que el consumidor pueda solicitar el cese de las comunicaciones de marketing directo, sin perjuicio de los demás derechos que le concede la ley vigente. Incorporar en el sitio web principal del Socio o en la misma comunicación de marketing digital una herramienta sencilla que permita al consumidor revocar su consentimiento se considerará una forma de cumplir con esta obligación.

La manifestación del deseo de no recibir más marketing directo implica una revocación del consentimiento otorgado para esta finalidad. Para ello, los Socios se comprometen a implementar canales y procesos que permitan a los destinatarios del marketing directo solicitar la desuscripción de listas de envío de comunicaciones promocionales y/o la revocación de su consentimiento.

Artículo 20° Contenido de las comunicaciones de marketing directo. Toda forma de marketing directo deberá:

- a) Expresar de manera transparente el nombre del Socio remitente o a nombre de quien se envía, y la forma de contactarlo por parte del consumidor.
- b) Indicar al consumidor su derecho a solicitar la suspensión en el envío de marketing directo y entregar mecanismos expeditos y accesibles para ello.
- c) Respetar las disposiciones vigentes contenidas en el Código Chileno de Ética Publicitaria del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria “CONAR”.
- d) Indicar el asunto al cual se refiere la comunicación.
- e) Evitar contenido contrario a la moral y las buenas costumbres.

Artículo 21° Socios que actúen como encargados de tratamiento de datos.

Los Socios que actúen como encargados para el tratamiento de datos deberán tratar los datos siguiendo las instrucciones dadas por el responsable y de acuerdo con la ley. En tal sentido, está prohibido que el Socio destine dichos datos para un fin distinto al indicado por el responsable.

Los Socios que actúen como encargados asistirán razonablemente al responsable en la satisfacción de los derechos ejercidos por los titulares.

Artículo 22° Uso de cookies o tecnologías similares.

El Socio que utilice cookies o tecnologías similares en su sitio web, deberá incluir en él un enlace que permita a sus visitantes informarse sobre el uso de cookies, su funcionamiento, la forma y consecuencias de desactivarlas y sus finalidades. Si las cookies le permiten recolectar datos personales del consumidor, el Socio deberá requerir el consentimiento de este, o ampararse en otra fuente de licitud, según sea aplicable conforme a la ley.

Artículo 23° Publicidad mediante banners o a través de redes sociales.

La publicidad realizada a través de banners u otros medios electrónicos de difusión masiva no constituye marketing directo y, por lo tanto, queda fuera del ámbito de aplicación de este Código.



La publicidad realizada a través de redes sociales tampoco queda sometida a las normas de este Código, pues ella queda regulada por los términos y condiciones de cada red social en particular.

Artículo 24° Elaboración de perfiles para fines de marketing. Los Socios sólo podrán elaborar perfiles de sus consumidores con el consentimiento informado de estos, o bajo el amparo de otra fuente de licitud conforme a la ley. El perfilamiento deberá ser realizado en forma ética y adoptando medidas para evitar discriminaciones arbitrarias, garantizar la libre contratación y la protección de los datos utilizados.

En cualquier caso, los Socios deberán mantener a disposición de sus consumidores información clara y suficiente respecto de la elaboración de perfiles y sus propósitos, los tipos de datos personales utilizados y sus fuentes, y la posibilidad de oponerse a este tipo de tratamiento, o ejercer otro tipo de derecho, cuando sea aplicable.

Artículo 25° Identificación de línea utilizada. Los Socios que realicen Telemarketing no deberán bloquear el número de la línea telefónica desde la cual se realiza el llamado para impedir su visualización en los dispositivos telefónicos del consumidor.

Artículo 26° Horario de llamadas. El Telemarketing sólo podrá realizarse de lunes a viernes, que no sean feriados, entre las 9:00 y las 20:00 horas; y los días sábado que no sean feriados, entre las 9:00 y las 14:00 horas.

Esta restricción no se aplicará en caso de que el consumidor haya autorizado expresamente que lo llamen en un horario distinto.

Artículo 27° Prohibiciones. Prohíbase la realización de Telemarketing con cargo al cliente o dirigido a menores de edad.

Artículo 28° Grabación de comunicaciones. Las conversaciones telefónicas no podrán ser grabadas, a menos que se haya informado al consumidor sobre esta posibilidad al inicio de la llamada y éste haya otorgado su consentimiento o exista una base de licitud para ello.

TÍTULO IV OBSERVANCIA DEL CÓDIGO

Artículo 29° Observancia del Código. El Consejo vela por que los Integrantes de la AMDD cumplan las normas de este Código, haciendo uso de las atribuciones que los estatutos y este Código le confieren.

El Consejo debe investigar y sancionar las posibles infracciones al Código aplicando el procedimiento sancionatorio establecido conforme a los estatutos.

Cuando un Integrante de AMDD tenga antecedentes de infracciones a este Código, deberá ponerlos de inmediato en conocimiento del Consejo.

Artículo 30° Presentación de denuncias. El Consejo analizará las denuncias recibidas para evaluar su admisibilidad de acuerdo con el procedimiento sancionatorio que se hubiere establecido conforme a los estatutos. Cada denuncia se tratará con confidencialidad, incluyendo todos los antecedentes relacionados con los hechos denunciados.

La decisión de entablar o no una denuncia sobre los hechos a las policías, Ministerio Público, Dirección del Trabajo y demás autoridades competentes compete exclusivamente al denunciante, salvo cuando la ley obligue a denunciar, o que a criterio de la AMDD se justifique, considerando la naturaleza de los hechos denunciados.

El denunciante está facultado para permanecer en anonimato, si así lo desea. En tal caso, deberá proveer la mayor cantidad de información y pruebas posibles para facilitar la investigación. Se sancionará con severidad a quienes utilicen el mecanismo de denuncia anónima, con el único objeto de causar daño al acusado o a terceros.

Las denuncias de presuntas infracciones siempre deben hacerse de buena fe. La presentación de una acusación falsa de manera intencional es una infracción del Código.

Artículo 31° Sanciones. Los socios que infrinjan las normas de este Código serán sancionados conforme a lo dispuesto en el artículo 9° de los estatutos.

Los trabajadores de AMDD que infrinjan este Código serán sancionados conforme a lo establecido en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad de la Asociación.

El resto de los Integrantes de la AMDD que infrinjan este Código serán sancionados como se indica a continuación:

a) Amonestación escrita.

b) Suspensión de todos o parte de sus derechos en la Asociación. El Consejo deberá aplicar esta sanción si el infractor:

(i) Incurre en una infracción grave según el criterio del Consejo.

(ii) Comete una nueva infracción, luego de haber sido amonestado dos veces dentro de los 12 meses anteriores a la fecha en que cometió la nueva infracción.

El Consejo determinará prudencialmente qué derechos del infractor serán suspendidos y el tiempo de la suspensión, atendiendo a la gravedad de la infracción, las circunstancias de los hechos que la fundan y el grado de responsabilidad del infractor.

c) Destitución del cargo o expulsión de la Asociación. El Consejo deberá aplicar estas sanciones si el infractor:

(i) Incurre en una infracción gravísima según el criterio del Consejo.

(ii) Incurre en una nueva causal de suspensión, luego de haber sido suspendido tres veces dentro de los dos años anteriores a la fecha en que incurrió en la nueva causal de suspensión.

El infractor que haya sido destituido de su cargo o expulsado de la Asociación no podrá volver a ejercer un cargo en la Asociación o solicitar su reincorporación a esta, respectivamente, sino hasta que hayan transcurrido tres años desde la fecha en que se le hubiere sancionado.

La amonestación escrita tendrá efecto desde su comunicación al infractor. La suspensión, la destitución y la expulsión tendrán efecto una vez que termine la tramitación de los recursos deducidos contra aquellas decisiones, o desde que transcurran los plazos que se conceden para la interposición de aquellos recursos, según lo dispuesto en el artículo siguiente.

Artículo 32° Recursos contra las sanciones. Los socios podrán interponer recursos contra las sanciones, en las ocasiones y en los plazos que se establezcan en el artículo 11° de los estatutos.

Los trabajadores procederán en la forma que establezca el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad de la Asociación.

Los infractores referidos en el párrafo 3° del artículo anterior, que hubieren sido sancionados con la suspensión de todos o parte de sus derechos en la Asociación, con la destitución de su cargo o con la expulsión de la Asociación, podrán presentar un recurso de reconsideración ante el Consejo dentro de los diez días corridos siguientes a la fecha en que esta le haya comunicado su sanción. El recurso interpuesto fuera de plazo se tendrá por no presentado.

El Consejo deberá confirmar, modificar o dejar sin efecto la sanción y comunicar la decisión al infractor a través de su presidente.

Artículo 33° Prescripción. El Consejo no puede establecer sanciones si las acciones indicadas en este Título se encuentran prescritas. Estas prescribirán en el plazo de 2 años contados desde la ocurrencia del hecho que funda la infracción.

El Integrante de la AMDD investigado o denunciado podrá alegar la prescripción de la acción en cualquier instancia del procedimiento antes de la dictación de la sentencia.

Artículo 34° Registro de los procedimientos y publicación de las sentencias. El Consejo debe llevar registro de todas las actuaciones y antecedentes del procedimiento sancionatorio. Además, debe publicar todas sus sentencias y las que deriven de los recursos de reconsideración y apelación en el sitio web de la Asociación.

Artículo 35° Consulta y requerimiento de información. El Consejo está facultado para realizar consultas y solicitudes de información a los Integrantes de la AMDD con el propósito de indagar una posible infracción.

Artículo 36° Representante del Socio. El Representante del Socio deberá responder a las comunicaciones y requerimientos del Consejo y velar por que el Socio al que representa cumpla con las normas del Código.

El Representante del Socio podrá delegar esta función en otra persona que tenga la calidad de representante o dependiente del Socio, pero deberá dar aviso de ello al Consejo. Mientras este aviso no se haya realizado, el Representante del Socio seguirá siendo responsable de cumplir las funciones indicadas en este artículo.

Artículo 37° Derecho de consulta. En caso de dudas sobre la interpretación de este Código, los Integrantes de la AMDD interesados podrán dirigir una consulta al Consejo para efectos de determinar la correcta aplicación de las normas.



*REGLAMENTO DEL **PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO***

TÍTULO I PROCEDIMIENTO POR INICIATIVA DEL CONSEJO

Artículo 1º Inicio del procedimiento. Si el Consejo estima que hay fundamentos para creer que un Integrante de la AMDD ha infringido las normas del Código de Ética y Autorregulación de la Asociación (el “Código”), debe dar inicio al procedimiento sancionatorio notificando tal circunstancia al Integrante respectivo. Esta notificación deberá efectuarse por carta certificada y se entenderá practicada al quinto día siguiente a la fecha en que fue enviada. Además, deberá contener la siguiente información:

- a) Explicar al Integrante cuál es la eventual infracción por la que se le investiga; y
- b) Fijar una fecha y lugar para la realización de la audiencia referida en el artículo siguiente, la que no podrá ser efectuada antes de 10 días ni después de 30 días contados desde la fecha de la notificación.

La notificación interrumpe el plazo de prescripción establecido en el artículo 33º del Código.

Durante el período anterior a la realización de la audiencia, el Consejo podrá realizar consultas y solicitudes de información al Integrante investigado, quien deberá contestarlas a más tardar el día de la audiencia.

Artículo 2º Audiencia. El Consejo y el Integrante investigado se reunirán en una audiencia en la que podrán exponer sus argumentos de forma y fondo, tanto oralmente como a través de medios escritos, y presentar los antecedentes que sustenten sus dichos. La audiencia se celebrará aún en ausencia del Integrante investigado.

Al término de la audiencia, el Consejo deberá levantar un acta dejando constancia de los argumentos de forma y fondo expuestos por los asistentes y de los antecedentes que hubieran sido aportados, los que deberán anexarse al acta. El acta deberá ser firmada por el Consejo y por el representante del Integrante investigado, sin perjuicio de que no se verá afectada su validez por la ausencia de alguna firma.

Efectuada la audiencia, el Consejo deberá resolver si el Integrante investigado ha cometido o no la infracción y deberá aplicar alguna de las sanciones establecidas en el artículo 31º del Código, si la infracción se ha verificado. El Consejo podrá abstenerse de aplicar sanciones si es que, a su juicio, el Integrante investigado ha adoptado medidas concretas para corregir, en conformidad con las disposiciones del Código, la conducta por la cual fue investigado y ha entregado prueba suficiente de ello.

El Consejo podrá comunicar esta decisión al Integrante investigado el mismo día de la audiencia o podrá fijar un plazo para analizar con más detalle los antecedentes de la investigación, el que no podrá ser mayor a 30 días contados desde la fecha de la audiencia.



TÍTULO II PROCEDIMIENTO POR DENUNCIA DE TERCEROS

Artículo 3º Inicio del procedimiento. El procedimiento se iniciará por denuncia que presente cualquier persona a través de un formulario que la Asociación deberá disponer en su sitio web. Este formulario deberá solicitar la identificación del denunciante, su correo electrónico, domicilio y los hechos que fundan su denuncia.

No se acogerán a tramitación las denuncias en las que no se haya identificado el denunciante o no haya entregado sus datos de contacto.

La presentación de la denuncia interrumpe el plazo de prescripción establecido en el artículo 33º del Código.

Artículo 4º Admisibilidad de la denuncia. Dentro de los 10 días siguientes a la presentación de una denuncia, el Consejo podrá desestimarla si considera que ésta carece manifiestamente de fundamento o si verifica que ha transcurrido el plazo de prescripción establecido en el artículo 33º del Código, lo que deberá notificar al denunciante a través del correo electrónico que haya informado en el formulario de denuncia.

Si el Consejo no se pronuncia dentro del plazo señalado, se entenderá que acoge a tramitación la denuncia.

Artículo 5º Etapa de conciliación. Transcurrido el plazo del artículo 4º sin que el Consejo haya desestimado la denuncia, éste tendrá cinco días para enviar al Integrante una comunicación con el siguiente contenido:

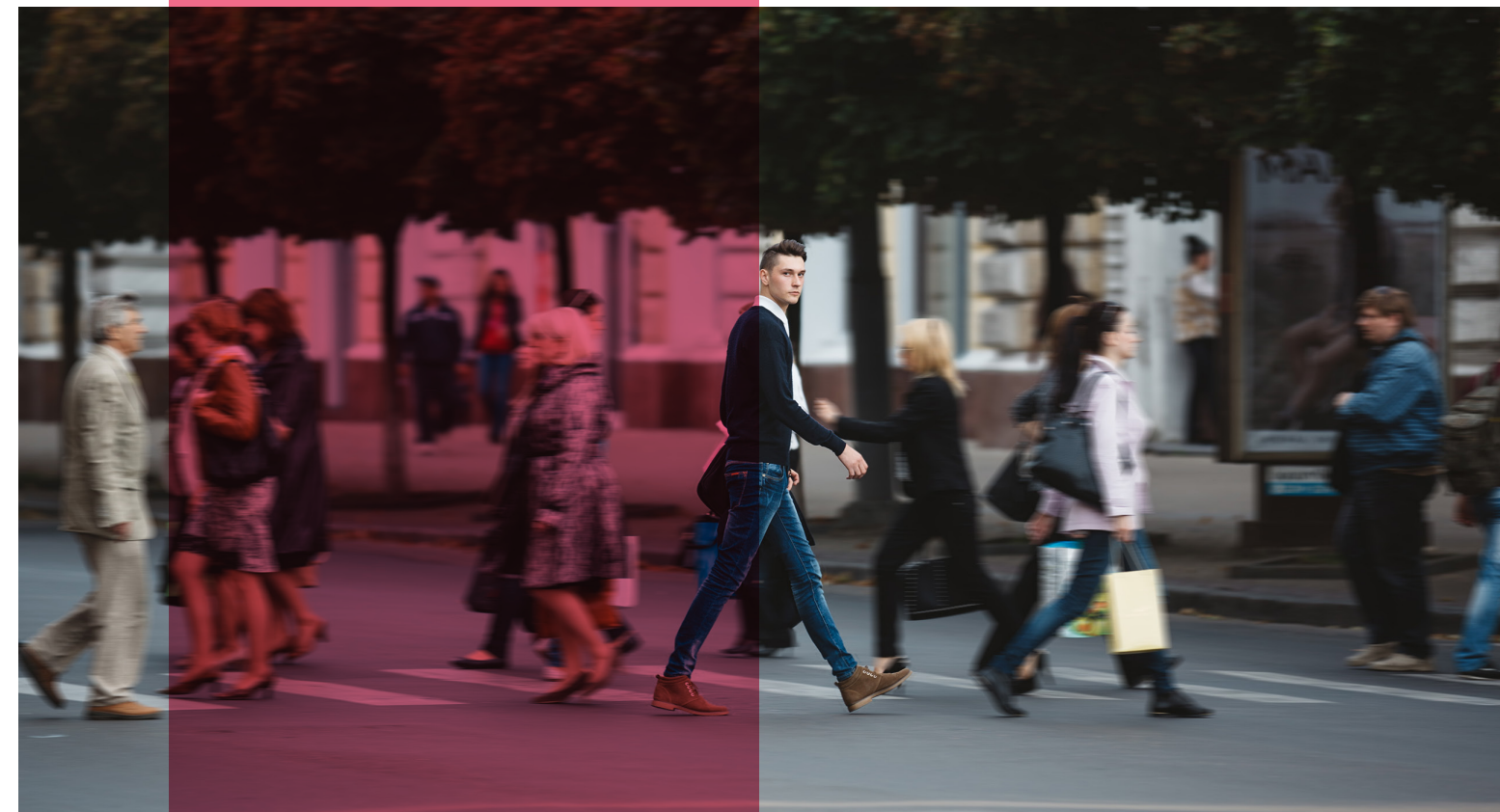
- a) Una explicación de la denuncia incluyendo la transcripción de ella;
- b) Los datos de contacto del denunciante; y
- c) Una descripción breve del procedimiento sancionatorio establecido en este reglamento y el plazo del que dispone el Integrante para contestar la comunicación.

El Integrante acusado tendrá diez días hábiles, desde la recepción de la comunicación, para evaluar la denuncia y contestarla.

Si el Integrante no contesta dentro del plazo anterior, o si lo hace oponiéndose a la denuncia o sin señalar medidas suficientes para corregir la infracción que se le imputa, el Consejo citará a la audiencia señalada en el artículo 6º.

Si el Integrante reconoce la infracción aducida y accede a la denuncia, deberá indicar detalladamente las medidas que ha adoptado o que pretende adoptar para poner fin a la infracción y atender a la denuncia. El Consejo evaluará la suficiencia de las medidas y dictará, fundadamente, alguna de las siguientes resoluciones:

- a) Dar por terminado el procedimiento sancionatorio por considerar que la situación que originó la denuncia ha sido resuelta, sin citar a la audiencia referida en el artículo siguiente ni sancionar al Integrante.
- b) Suspender condicionalmente el procedimiento sancionatorio por un plazo máximo de seis meses, para efectos de verificar que las medidas informadas por el Integrante han sido implementadas y cumplidas por éste. Durante aquel periodo no se reanudará el curso de la prescripción.



Si durante el plazo de suspensión del procedimiento el Consejo estima que las medidas han sido incumplidas por el Integrante, el Consejo deberá reanudar el procedimiento sancionatorio, citando a las partes a la audiencia regulada en el artículo 6º.

Si el Integrante cumple con las medidas durante el plazo establecido, el Consejo dictará una sentencia dando término al procedimiento sin sancionar al Integrante.

- c) Citar a la audiencia regulada en el artículo 6º siguiente.

Las sentencias de término del procedimiento indicadas en las letras a) y b) serán difundidas en conformidad con el artículo 34º del Código y comunicadas a las partes por medio de correo electrónico.

Artículo 6° Citación y realización de audiencia. La citación para la realización de la audiencia deberá efectuarse por carta certificada enviada a ambas partes el mismo día, y se entenderá notificada al quinto día siguiente a la fecha en que fue enviada. Esta carta deberá fijar una fecha y lugar para la realización de la audiencia, la que no podrá ser efectuada antes de 10 días ni después de 30 días contados desde la fecha de la notificación.

Durante el período anterior a la realización de la audiencia, el Consejo podrá realizar consultas y solicitudes de información a las partes, quienes deberán contestarlas a más tardar el día de la audiencia.

En la audiencia se reunirán el denunciante y el Integrante denunciado y podrán exponer ante el Consejo sus argumentos de forma y fondo, tanto oralmente como a través de medios escritos, y presentar los antecedentes que sustenten sus dichos. La audiencia se llevará a cabo con las partes que asistan.

Al término de la audiencia, el Consejo deberá levantar un acta dejando constancia de los argumentos de forma y fondo expuestos por las partes y de los antecedentes que hubieran sido aportados, los que deberán anexarse al acta. El acta deberá ser firmada por el Consejo y por los representantes de las partes asistentes, sin perjuicio de que no se verá afectada su validez por la ausencia de alguna firma.

Efectuada la audiencia, el Consejo deberá apreciar los antecedentes de acuerdo con las reglas de la sana crítica y resolverá la controversia desestimando la denuncia, o acogiéndola total o parcialmente, en cuyo caso deberá aplicar alguna de las sanciones establecidas en el artículo 31° del Código si la infracción se ha verificado.

No obstante, lo anterior, el Consejo podrá abstenerse de aplicar sanciones si es que el Integrante denunciado ha llegado a algún acuerdo con el denunciante para reparar el daño que le hubiera ocasionado la infracción.

El Consejo podrá comunicar su decisión a las partes el mismo día de la audiencia o podrá fijar un plazo para analizar con más detalle los antecedentes presentados por las partes, el que no podrá ser mayor a 30 días contados desde la fecha de la audiencia.



TÍTULO III

DISPOSICIONES GENERALES

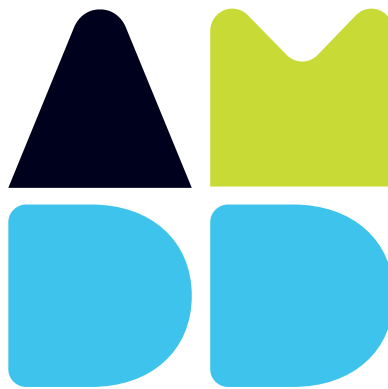
Artículo 7° Plazos. Todos los plazos señalados en este reglamento serán de días corridos, a menos que indiquen lo contrario.

Artículo 8° Cosa juzgada. El Consejo no podrá sancionar a un mismo Integrante más de una vez por el mismo hecho, a menos que las sanciones posteriores se establezcan en procedimientos iniciados por denunciantes distintos.

El Integrante investigado o denunciado podrá alegar que los hechos ya fueron juzgados en cualquier instancia del procedimiento antes de la dictación de la sentencia.

Artículo 9° Comparecencia de los Socios. Los Socios deberán comparecer en el procedimiento sancionatorio representados por la persona que figure como su representante en el Registro de Socios referido en el artículo 7° de los estatutos, o por cualquier otra persona que haya sido debidamente facultada por el Socio para dicho efecto.

Artículo 10° Comunicaciones. Todas las comunicaciones entre el Consejo y las partes de un procedimiento sancionatorio deberán realizarse por medio de correo electrónico, a menos que este reglamento disponga un mecanismo de notificación diferente.



ASOCIACIÓN DE MARKETING
DIGITAL Y DATA DE CHILE

CÓDIGO DE ÉTICA Y AUTORREGULACIÓN