

## **I Regimen Interno**

### **Artículo 1°**

La Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (Achap) es una entidad gremial cuyos objetivos son:

- A) defender los intereses de las agencias asociadas en función de la dignidad, estabilidad y el libre ejercicio de la profesión publicitaria.
- B) relacionar a las agencias publicitarias entre sí, con los medios, los avisadores y con las autoridades;
- C) preocuparse que la actividad de giro de los entes afiliados se realice dentro de las normas de competencia leal, y o velar que los mensajes publicitarios se encuadren dentro de la moral, las buenas costumbres y la sana competencia entre los productos o servicios publicitarios.

### **Artículo 2°**

La dirección superior de Achap corresponderá a un directorio, designado anualmente por la asamblea de socios, y la representación judicial y extrajudicial estará radicada en el presidente del directorio, que lo será además de la Achap.

### **Artículo 3°**

Los asociados estarán obligados a cumplir los acuerdos internacionales que sean ratificados por la Achap, y los que se adopten con la Asociación Nacional de la Prensa, con la Asociación de Radiodifusores de Chile, con la Asociación Nacional de Avisadores, con los Canales de Televisión y otros organismos análogos.

### **Artículo 4°**

La agencia de publicidad es una empresa que presta servicios al avisador y al medio de comunicación social que difunde el mensaje realizado e ideado por la agencia, de forma que la agencia en resguardo de su propia autonomía y dignidad, deberá impedir que el cliente o avisador o el medio, trate de regular la comisión de agencia.

Asimismo, las bonificaciones por volumen concedidas por los medios a las agencias, constituyen una retribución a la actividad de éstas, y en tal carácter, no son traspasables a los clientes o avisadores.

### **Artículo 5°**

La Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, para el cumplimiento de sus fines, creará las comisiones necesarias que tiendan a solucionar las materias propias de sus objetivos. Sin perjuicio de lo cual, se considerarán como comisiones permanentes de Achap las siguientes:

- A) de relaciones.
- B) de rentabilidad.
- C) profesional.
- D) régimen interno.
- E) técnica.
- F) de administración.

Las finalidades de cada una de estas comisiones son las siguientes:

- A) comisión de relaciones: vincular a la asociación con los medios, avisadores, entidades docentes, culturales, otros organismos análogos y autoridades.
- B) comisión de rentabilidad: estudiar los medios necesarios para determinar la rentabilidad de la actividad publicitaria, sus costos y sistemas de remuneración..
- C) comisión profesional: promover el perfeccionamiento de los empleados de las agencias de publicidad, divulgar la actividad publicitaria y promover todo lo relativo a la enseñanza de la publicidad.
- d) comisión de régimen interno: supervisar la existencia de competencia leal entre asociados; velar por el cumplimiento del código de ética e informar las solicitudes de ingresos de agencias a la asociación.
- e) comisión técnica: recopilar, analizar y contratar información al servicio de las agencias asociadas.
- f) comisión de administración: preocuparse de los aspectos financieros, contables y de administración de la asociación.

### **Artículo 6°**

Toda persona natural o jurídica que desee ingresar a la asociación en el futuro, deberá presentar una solicitud al directorio que contenga los siguientes datos:

- a) el nombre de la persona natural o jurídica solicitante;
- b) edad, fecha y lugar de nacimiento, escritura en el caso de ser sociedad y el lugar del actual domicilio comercial.
- c) indicar si tiene oficina establecida con la organización necesaria para prestar buen servicio.
- d) el tiempo que lleva trabajando en el ramo.
- e) certificado de presentación emanado de alguno de los asociados que acredite experiencia y actividad en el ramo superior a dos años.
- f) el comprobante del pago de la patente municipal.
- g) número de la inscripción en el rol único tributario.
- h) declaración del postulante en el sentido de que conoce los estatutos de la asociación, sus reglamentos y demás normas gremiales y que en el caso de ser aceptado se compromete a su observancia y a sujetarse a ellos, a los acuerdos del directorio y de la junta general de asociados.
- i) pagar cuota de ingreso.

### **Artículo 7°**

No podrán pertenecer a la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (Achap) aquellas pseudo-agencias que correspondan al denominativo de "agencias cautivas". No podrán pertenecer a la Achap aquellas agencias de número limitado de clientes que estén constituidas por capitales de una o más empresas cuya publicidad atienden.

### **Artículo 8°**

El ejercicio pleno de la calidad de asociada, con capacidad de participar en la junta general, o para ser elegido, requerirá estar al día en el pago de las cuotas sociales, o adeudar no más de dos de ellas.

### **Artículo 9°**

Todo asociado que considerare que una agencia afiliada a Achap ha infringido los estatutos, las normas del régimen interno o del código de ética publicitaria,

contenidas en el presente reglamento, deberá denunciar este hecho al directorio de la institución, acompañando los antecedentes justificativos de la denuncia en original y fotocopia.

#### **Artículo 10°**

Las denuncias por infracciones a las normas del régimen interno, deben ser sometidas por el presidente al directorio de la asociación en la sesión más próxima a la presentación de dicha denuncia.

#### **Artículo 11°**

Recibida una denuncia contra el código de ética publicitaria, el presidente procederá a designar por sorteo a tres asociados no implicados por la materia objeto de la denuncia, los que constituyéndose en tribunal de ética, deben resolver el reclamo planteado, actuando como secretario el asesor legal de la asociación. Constituido el tribunal de ética, se procederá de inmediato a remitir al afectado copia de la denuncia y antecedentes en que se fundamente el reclamo, teniendo la agencia denunciada el plazo de 5 días para responder. No obstante, en casos graves y siempre que la solicitud se apoye en antecedentes que demuestren la existencia de un daño irreparable con la mantención de la campaña, podrá el tribunal de ética, como medida precautoria, solicitar la suspensión de la campaña, mientras se resuelva la materia sometida a la consideración de este tribunal.

Sin embargo, en el caso de denuncias que revistan el carácter de dificultad menor, podrá el presidente designar a un asociado para que resuelva sumariamente, previo informe del asesor legal.

#### **Artículo 12°**

Recibida la contestación del afectado, dirigida al asesor legal como secretario del tribunal de ética, se reunirá dicho tribunal procediendo, según su criterio, a llamar a las partes a conciliación o recibir la denuncia a prueba.

#### **Artículo 13°**

Agotado el procedimiento de investigación el tribunal de ética emitirá el fallo ya sea con el sobreseimiento del acusado o proponiendo al directorio la aplicación de alguna de las sanciones establecidas en el art. 15° de este título.

#### **Artículo 14°**

El tribunal de ética deberá pronunciar su fallo por mayoría de votos, excluyéndose de la votación el asesor legal en su calidad de secretario del tribunal.

#### **Artículo 15°**

Los asociados que infringieren el código de ética publicitaria del presente reglamento, o prescindieren de la sanción que les aplique el directorio podrán ser sancionados, según la gravedad de la conducta con alguna de las siguientes sanciones: a) amonestación verbal; b) amonestación escrita; c) pago de una multa en beneficio de la asociación; d) suspensión de hasta seis meses de la calidad de asociado; y e) expulsión de la asociación.

**Artículo 16°**

El socio suspendido deberá continuar pagando a la asociación las cuotas sociales.

**Artículo 17°**

La agencia de publicidad velará siempre por el respeto de la actividad de las otras agencias, utilizando siempre las prácticas generales que se acostumbran en las relaciones entre miembros que ejercen una misma actividad, cuidando por el prestigio de las agencias competidoras, y en caso de incurrir alguna agencia en infracciones a los estatutos o al presente reglamento deberá denunciarla ante el directorio de la asociación, absteniéndose, mientras no exista pronunciamiento de esta entidad, de realizar toda clase

de comentarios que sean lesivos o menoscaben la capacidad u honorabilidad de la agencia denunciada.

en el evento de no acogerse la denuncia, la agencia denunciante deberá abstenerse de toda información desfavorable de dicha agencia.

**Artículo 18°**

El directorio podrá designar miembros honorarios de Achap a las personas que hayan prestado servicios destacados a la asociación o a la actividad publicitarla.