

# CÓDIGO DE ÉTICA DE LA AMIPCI

Agosto, 2005

## TÍTULO I

### DISPOSICIONES GENERALES

**Artículo 1º.**                   **Definiciones.** Para los efectos de este Código se entenderá por:

- **AMIPCI.** Asociación Mexicana de Internet, A. C.
- **Anunciante.** La persona física o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad.
- **Asociados.** Todas las personas físicas o morales que pertenezcan a la ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET, A.C. (**AMIPCI**)
- **Código.** El presente Código de Ética.
- **Comercio electrónico.** Toda transacción económica consistente en la contratación de productos y/o servicios entre un oferente y un consumidor, en la que la oferta por parte del oferente y la aceptación por parte del consumidor se realizan enteramente a través de un medio electrónico de comunicación a distancia.
- **Comité de Ética.** Al órgano de la **AMIPCI** encargado de aplicar las disposiciones del presente Código en relación a la conducta de los Asociados, así como recibir quejas, resolver controversias entre los Asociados y/o usuarios y, en su caso, imponer las sanciones y/o medidas correctivas que procedan.
- **Consejo Directivo.** Al órgano de Gobierno de la **AMIPCI** formado por su Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero, así como por los Vicepresidentes de los Comités de la Asociación.
- **Consumidor.** A los efectos de la contratación por medios electrónicos, se entenderá por consumidor toda persona física o jurídica que utiliza o disfruta como destinatario final los productos y/o servicios contratados con un oferente. No será considerado consumidor aquél que, sin constituirse en destinatario final, adquiera o contrate y utilice o consuma productos y/o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.
- **Datos de carácter personal:** Cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables. Se considerarán datos personales, entre otros, la dirección personal de correo electrónico y el número de teléfono, siempre que permitan identificar a su titular.
- **Destinatarios.** Las personas a las que sea dirigida la publicidad.

- **Industria.** La Industria comercial y publicitaria de Internet en México, incluyendo prestadores de servicios de acceso, sitios y portales, proveedores de equipo de cómputo, de software, de servicios profesionales, de servicios de telecomunicaciones, empresas desarrolladoras y comercializadoras de contenidos, así como de publicidad, mercadotecnia en Internet y disciplinas afines.
- **Medios electrónicos de comunicación a distancia.** Todos aquellos que permitan la prestación de servicios de la sociedad de la información. No tendrán la consideración de medios electrónicos de comunicación a distancia, a los efectos de este Código las siguientes:
  - o La telefonía local, larga distancia o fax
  - o El correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica utilizada para fines ajenos a la actividad económica de las empresas.
  - o La televisión
  - o La radiodifusión
- **Oferente.** Persona física o jurídica, pública o privada que, en el ejercicio habitual de una actividad económica, realiza una oferta de comercio electrónico a consumidor(es).
- **Publicidad.** Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.
- **Usuarios.** Aquellas personas físicas o morales que celebran cualquier acto, convenio o contrato con un Asociado para que le sea proporcionado un bien o servicio relacionado con la Industria.

**Artículo 2º. Normatividad.** El presente Código establece las normas que regularan la conducta que deben de seguir los Asociados, las que se consideran como mínimas reconociéndose que existen otras de carácter legal y moral que complementan al presente.

**Artículo 3º. Alcance del Código.** Cualquier persona física o moral, por el sólo hecho de asociarse a la **AMIPCI**, adquiere la obligación de ajustar su conducta y sus actividades comerciales, así como la prestación de sus servicios a las disposiciones contenidas en el presente Código.

**Artículo 4º. Interpretación.** En los casos de duda acerca de la conducta de alguno de los Asociados, o del alcance del presente Código, los integrantes del Comité de Ética serán las personas facultadas para resolver las cuestiones que se susciten.

## TÍTULO II

### CAPÍTULO I

#### DERECHOS DE LOS ASOCIADOS

**Artículo 5º. Descripción de los Derechos de los Asociados.** Todos los Asociados tendrán Derecho a:

- a) Presentar quejas contra otro Asociado y/o usuario que incumpla con lo dispuesto en el presente Código.
- b) Solicitar el testimonio de otro(s) Asociado(s) que ayuden a confirmar o a esclarecer las pruebas en contra de cualquier Asociado y/o usuario.
- c) Sugerir cambios o modificaciones al presente Código en beneficio de la generalidad y de la mejora constante para el beneficio de la Industria.
- d) Vigilar que se cumplan las normas y procedimientos contenidos en el presente Código y reportar cualquier desviación al Consejo Directivo de la **AMIPCI**, para efectos de que de considerarse conducente, se turne el caso al Comité de Ética de la Asociación y se proceda en los términos que se previenen en las presentes normas.

### CAPÍTULO II

#### OBLIGACIONES GENERALES DE LOS ASOCIADOS

**Artículo 6º. Descripción de las obligaciones generales de los Asociados.**

Todos los Asociados de la **AMIPCI** adquieren la obligación de:

- a) Respetar y ajustarse al presente Código de Ética.
- b) Ejercer plenamente los derechos descritos en el Artículo 5º.
- c) Acatar las sanciones que fijen los miembros del Comité de Ética.

### CAPÍTULO III

## OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS CON LA SOCIEDAD

**Artículo 7º. Ejemplo en el ámbito empresarial.** Todos los Asociados deberán distinguirse en el ámbito empresarial por su actuación ejemplar, agregando a sus valores personales, los valores de la Asociación y obligándose a demostrar en el total de sus operaciones comerciales, el más alto nivel de profesionalismo, moralidad, calidad y desempeño.

**Artículo 8º. Independencia de criterio.** El Asociado acepta la obligación de sostener un criterio libre e imparcial al emitir sus opiniones respecto a las consultas que se le hagan acerca de cualquier producto y/o servicio relacionado con la Industria.

Se considera falta de imparcialidad cuando:

- a) Se toma ventaja indebida de la clientela de algún producto, persona, empresa, nombre comercial o símbolo, mediante publicidad impresa o en línea a través de Internet o en cualquier otro medio de difusión.
- b) No se explica adecuadamente y con objetividad y veracidad, el costo, funciones ventajas o desventajas de cualquier producto o servicio.

**Artículo 9º. Calidad de los productos y/o servicios y garantías.** Todo Asociado acepta la obligación de proporcionar los productos y/o servicios y garantías, en forma eficaz, honesta, leal, y en cumplimiento de las disposiciones legales, con el fin de dignificar a la Industria y a sus Asociados.

En referencia a la adquisición de un bien o la contratación de algún servicio, el oferente deberá facilitar al consumidor el acceso a las condiciones generales de contratación aplicables en cada caso, para que las pueda consultar, archivar e imprimir. Asimismo, el oferente deberá informar al consumidor, de forma visible, acerca de, como mínimo, los siguientes extremos:

- Plazo de validez de la oferta, si se tratase de una oferta promocional.
- Términos, condiciones y formas de pago, incluyendo en su caso opciones de crédito.
- Las diferentes modalidades de entrega o ejecución que puedan existir de los productos o servicios contratados
- Características de los bienes o servicios y, en su caso, condiciones necesarias para su utilización.
- Existencia o inexistencia de costos adicionales.
- Condiciones para el ejercicio de los derechos de desistimiento y devolución, cancelación o cambios del correspondiente producto o servicio.
- Garantías aplicables a la adquisición del producto o servicio.
- Productos legítimos y legales, que cumplan con los requisitos de apego al respeto a las leyes mexicanas en materia de propiedad intelectual, industrial y de derechos de autor, sean bienes tangibles o intangibles como el caso del software.

- Lugar y forma de presentación de posibles reclamaciones.
- Domicilio del oferente a efectos legales.

**Artículo 10º. Respeto al personal a su cargo.** Todos los Asociados se obligan a respetar al personal a su cargo y al personal de otros Asociados, como seres humanos, sin distinción de ningún tipo y promoviendo la superación y la mejora continua del personal a su cargo.

**Artículo 11º. Responsabilidad de su personal.** El Asociado siempre asumirá la responsabilidad de cualquier acto, trabajo, consejo o servicio proporcionado por su personal y en los términos de los artículos contenidos en este Código.

**Artículo 12º. Proposición o Aceptación de trabajos.** Todo Asociado queda obligado a no proponer ni aceptar trabajos, prestar servicios o comercializar productos, que vayan en contra de la honestidad o de la leal competencia o que violen la confidencialidad de la información de terceros, que en virtud del presente Código de Ética debe observar o que infrinjan o violen los derechos de propiedad intelectual e industrial que protejan a los productos o servicios a los que tengan acceso en el curso de sus actividades comerciales o de prestación de servicios.

**Artículo 13º. Respeto a los derechos de los consumidores.** Todo Asociado queda obligado a dar cumplimiento a las disposiciones legales en materia de protección a los consumidores en cuanto a la confidencialidad de la información establecida en el Capítulo VI de éste Código y demás disposiciones aplicables de las Leyes Federales de Protección al Consumidor.

Las actividades de contratación de bienes o servicios con consumidores realizadas a través de medios electrónicos de comunicación a distancia deben respetar la normativa legal vigente..

## CAPÍTULO IV

### OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS CON LA INDUSTRIA

**Artículo 14º. Dignificación de la actividad.** Todo Asociado, en la comercialización de sus productos o servicios deberá generar una imagen positiva tanto de la Industria como de su actuación.

Se entiende que los Asociados se valdrán de sus conocimientos, experiencia, calidad y proyección, como medios para cumplir con el fin descrito en el párrafo anterior.

**Artículo 15º. Respeto a los colegas.** Todos los Asociados procurarán tener buenas relaciones con los demás Asociados, así como con la **AMIPCI**, buscando y promoviendo siempre el apoyo mutuo para la dignificación de la actividad.

Los Asociados se abstendrán de hacer comentarios desleales sobre otro Asociado, cuando dichos comentarios perjudiquen su reputación, buen nombre, crédito comercial, calidad moral y prestigios personales o de la Industria en general.

Todos los Asociados deberán basar sus actividades exclusivamente en los méritos de sus productos o servicios.

Resultará violatorio de éste Código, referirse a los competidores, sus productos o servicios por medio de declaraciones falsas, insinuaciones o manifestaciones que induzcan al error. Asimismo, el realizar comparaciones que puedan injustificadamente, arrojar dudas sobre la competencia. Toda comparación de productos, precios o servicios, deberá ser realizada en forma justa, correcta, veraz y comprobable y en ninguna forma deberá tender a inducir error o confusión.

**Artículo 16º. Confidencialidad.** Todo Asociado tiene la obligación de no revelar, divulgar o aprovecharse indebidamente de la información confidencial, los secretos industriales o comerciales, así como los hechos, datos, circunstancias o proyectos de que tenga conocimiento en el ejercicio de su actividad y provengan de sus proveedores, competidores u otras fuentes, cuya divulgación no hubiere sido autorizada, salvo que los propios titulares de dicha información otorguen expresamente su consentimiento o cuando dicha información sea del dominio público. Ningún Asociado debe emplear formas inapropiadas para adquirir o utilizar los secretos comerciales de los competidores, prestadores de servicios u otro tipo de información confidencial.

Se considerarán como violaciones al presente Código, acciones como el espionaje industrial, soborno, acceso ilícito a lugares, robo e intervención de líneas telefónicas, entre otras conductas ilegales.

Asimismo, resultará violatorio del presente Código, contratar empleados de la competencia, con objeto de obtener información confidencial, así como buscar datos confidenciales entre los empleados o los clientes de la competencia.

**Artículo 17º. Condiciones.** Ningún Asociado estará obligado a otorgar condiciones comerciales especiales a Asociado alguno por el simple hecho de pertenecer a la **AMIPCI**, a menos que exista un convenio especial aprobado por el Consejo Directivo de la misma y que se trate de condiciones de índole general para todos los Asociados.

**Artículo 18º. Libre Competencia.** Los Asociados que comercialicen productos o servicios relativos a la Industria concurrirán al mercado con plena responsabilidad y respeto hacia los demás Asociados, propiciando una competencia limpia y leal que permita además del éxito individual, el crecimiento sostenido de la industria.

Los Asociados evitarán toda práctica monopólica, o acuerdo tendiente a tener una ventaja indebida que se traduzca en perjuicio de los usuarios, consumidores u otros Asociados.

Los Asociados evitarán el otorgar dádivas, bonos, regalos, comisiones o cualquier otro beneficio tangible a persona o entidad alguna a cambio del beneficio del negocio en contra de cualquier competencia que se presente y en aras de la imagen de moralidad, honestidad, profesionalismo y seriedad de los demás Asociados y de la Industria.

Todos los Asociados quedan obligados a cumplir cabal y lealmente los preceptos de la Ley de Adquisiciones y Obras Públicas, así como a respetar las disposiciones de la Ley de Responsabilidades de Funcionarios Públicos.

Sin perjuicio de lo anterior, durante el proceso de adquisiciones a través de una licitación pública o cualquiera otra adquisición gubernamental, el Asociado que compita por la adjudicación, no debe intentar influir indebidamente en las decisiones u obtener información confidencial de los funcionarios responsables, que actúan en representación de la Entidad o Dependencia Gubernamental.

**Artículo 19º. Propiedad Industrial e Intelectual.** Todo Asociado estará obligado a respetar escrupulosamente los Derechos de Propiedad Industrial y/o Intelectual de los Titulares de los Derechos correspondientes, asegurándose de la mejor manera que quienes trabajan para él, sean igualmente respetuosos y obligándose a observar escrupulosamente todas y cada una de las estipulaciones contenidas al efecto, tanto en la Ley Federal del Derecho de Autor como en la Ley de la Propiedad Industrial. Asimismo cuando se trate de productos provenientes del extranjero y que explícitamente se prohíba su uso, enajenación, reproducción o cualquier otro tratamiento sin el pago de los derechos correspondientes.

Lo previsto anteriormente, aplica igualmente al respeto que se deberá observar en relación a cualquier producto, equipo, dispositivo, servicio, tecnología, uso de software legal, asistencia técnica o know-how, información del mercado, estrategias de renta o listas de precios, campañas publicitarias, etc., cuyo acceso, divulgación y utilización se encuentren restringidos o sean designados como información confidencial o se encuentren protegidos por patentes, marcas, secretos industriales, derechos de autor o cualquier privilegio de acuerdo a la legislación de la materia.

## **CAPÍTULO V**

### **OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS CON LA EDUCACIÓN**

**Artículo 20º. De la transmisión de conocimientos.** Dentro del espíritu de cooperación en la industria, los Asociados aceptarán compartir información con el resto de la membresía, siempre y cuando dicha información no tenga el carácter de confidencial o restringida y dicha información sea compartida en forma general a todos los Asociados.

Dicha información así divulgada, sólo será para el beneficio exclusivo de la membresía y no podrá revelarse ni difundirse a ningún otro tercero que no sea miembro de la **AMIPCI**.

El Asociado que de cualquier manera, transmita sus conocimientos, tendrá como objetivo fundamental el mantener las más altas normas de profesionalismo y de conducta, y contribuir al desarrollo y difusión de los conocimientos propios de la Industria.

El Asociado que desempeñe cualquier actividad docente se obliga a impartir una enseñanza técnica útil, y orientar al alumno para que en el futuro desempeño de su actividad profesional, actúe en estricto apego a las reglas de Ética, debiendo asimismo, mantenerse actualizado en las áreas de su ejercicio, a fin de transmitir a los alumnos los conocimientos más avanzados sobre la materia tanto en la teoría como en la práctica.

Los Asociados que realicen una actividad docente deberán siempre reforzar los siguientes temas para beneficio del nuevo profesionista y de la Industria:

- a) Prácticas comerciales de leal y libre competencia;

- b) Negativa a la corrupción como medio para hacer negocio; y en general
- c) Respeto a la propiedad intelectual, a los diferentes sectores de la Industria y a sus colegas.

**Artículo 21º. Formación de nuevas generaciones.** Los Asociados se obligan a apoyar a las nuevas generaciones de profesionistas en la Industria, apoyando su formación, desarrollo personal, cultivando sus aptitudes y creando nuevas generaciones de profesionales de la Industria con la más alta calidad técnica, y humana.

Los Asociados que puedan participar en la actividad docente o en la formulación de planes de estudio tendrán la obligación de vigilar que las nuevas generaciones reciban un conocimiento completo en las diferentes ramas de la Industria y que cumplan con las necesidades de trabajo que el mercado requiere.

## CAPITULO VI

### OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN

**Artículo 22º. Normas y Políticas.** Los miembros de la **AMIPCI** deberán dar cumplimiento a las normas orientadas hacia la privacidad de los usuarios en línea. Estas políticas serán diseñadas para proteger la información asociada a un individuo (información personal) en un ambiente en línea o de comercio electrónico. Las políticas, para adaptarse a los estándares de la **AMIPCI**, estarán compuestas de las siguientes partes:

- Adopción y puesta en práctica de una política de privacidad.
- Avisos y divulgación.
- Opciones y consentimiento.
- Calidad de los datos.
- Limitaciones de uso.
- Seguridad.

Cada miembro de la **AMIPCI** podrá modificar particularmente las políticas de privacidad para necesidades particulares. Sin embargo, todas las políticas particulares se ajustarán a los estándares mínimos establecidos por la **AMIPCI**, en el presente Capítulo o los que llegue a establecer en el futuro.

**Artículo 23º. Adopción y puesta en práctica de una política de privacidad.** Todos los socios de la **AMIPCI** cuya actividad se encuentre orientada hacia el comercio electrónico o a establecer actividades en línea, tiene la responsabilidad de adoptar y poner en práctica un conjunto de políticas para proteger la privacidad de los Datos Personales (en adelante: DP). Debe también tomar medidas para fomentar la adopción y puesta en práctica de políticas de privacidad para cualquier otra organización relacionada, que incluye compartir esa filosofía con socios comerciales y clientes.

**Artículo 24°. Opciones y consentimiento.** Los usuarios deberán de tener opciones sobre de qué manera se utilizarán sus DP. Los miembros de la **AMIPCI** deberán proporcionar opciones al usuario en los siguientes casos:

1.- Cuando las empresas adheridas a este Código recaben DP a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, deberán informar previamente a los titulares, de forma inequívoca y claramente perceptible, los siguientes puntos:

- Existencia de una base de DP, finalidad del registro y destinatarios de la información.
- Carácter obligatorio o facultativo de la respuesta a las preguntas que en su caso les sean planteadas, así como de las consecuencias de la obtención de los datos o la negativa a suministrarlos.
- Posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.
- Identidad del responsable del tratamiento de los datos, y dirección (postal y de correo electrónico) que facilite la comunicación con el mismo.

2.- Cuando los DP no hayan sido recabados del titular, éste deberá ser informado de forma expresa, precisa e inequívoca de la procedencia de los datos, así como de los extremos contenidos en el apartado 2 anterior, salvo que ya hubiese sido informado de los mismos con anterioridad.

3.- Cuando los DP hayan sido obtenidos de una fuente accesible al público y se destinen a la actividad de publicidad o prospección comercial, en cada comunicación deberá informarse al titular del origen de los datos, de la identidad del responsable de su tratamiento, de la finalidad de su obtención y tratamiento, y de los derechos que asisten al titular de los mismos.

4.- Las empresas que se anuncian en Internet y que recaben, capturen y traten DP, deberán informar a los consumidores, mediante un aviso en su web, de dicho tratamiento. De esta forma, el consumidor podrá, si lo desea, ejercitar su derecho de oposición, tanto en lo que se refiere a la captación como al tratamiento y transferencia de sus datos.

5.- Los DP sólo podrán ser cedidos a terceros cuando tenga relación directa con el cumplimiento de los fines del cedente y el cesionario. Será preciso contar con el consentimiento del titular, que deberá conocer de forma clara y precisa la finalidad a que se destinarán o el tipo de actividad del cesionario de los datos.

6.- Se entenderá por “consentimiento del titular” toda manifestación de voluntad libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que éste consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen.

**Artículo 25°. Calidad de los datos.** Las organizaciones que crean, mantienen, usan o distribuyen DP deben tomar medidas para asegurar que los datos son exactos, completos, relevantes y oportunos para los fines en que serán utilizados.

Los miembros de la **AMIPCI** deben tomar las medidas necesarias para proveer a los usuarios la capacidad de modificar inexactitudes en sus DP.

**Artículo 26°. Limitaciones de Uso.** Las políticas de privacidad de las organizaciones deberán hacer referencia a por qué se están recopilando DP, y a cómo serán utilizados. El uso de DP se debe limitar al propósito original especificado.

**Artículo 27°. Seguridad.** Los miembros de la **AMIPCI** que crean, mantienen, usan o diseminan DP, deberán tomar medidas para asegurar su confiabilidad y tomar precauciones para proteger los DP contra pérdida, uso erróneo o alteraciones.

Los Asociados deberán utilizar procedimientos de seguridad de la industria tales como el uso de conexiones seguras para la transmisión de la información. Los detalles de esta información deberán de estar contenidos en sus políticas de privacidad.

Los Asociados deberán tomar las medidas necesarias para asegurar que, en caso de que transfieran DP a terceros, estos estén enterados de las medidas de seguridad y a su vez tomen las medidas necesarias para continuar garantizando su seguridad.

## CAPÍTULO VII

### OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS CON LA AMIPCI

**Artículo 28°. Cumplimiento de las disposiciones.** Todo Asociado tiene la obligación de respetar las normas, disposiciones, políticas, procedimientos y directrices que sean emitidas por la Asociación.

Asimismo, es obligación de todos los Asociados el dar cumplimiento en el desempeño de sus actividades a todas las disposiciones legales aplicables de la materia, y muy particularmente, a aquellas que rigen los aspectos de la leal competencia y la protección de los derechos de la propiedad intelectual.

**Artículo 29°. Participación.** Todo Asociado deberá hacer todo lo posible por participar en las actividades, comités de trabajo, eventos promovidos por la Asociación, actos y cualquier otra actividad que sea organizada por la misma, buscando en todo momento el mejoramiento de la Industria y de los demás Asociados.

**Artículo 30°. Captación de socios.** Todo Asociado está obligado a promover a la Asociación entre sus colegas y miembros de la Industria, buscando su afiliación, motivándolos a la participación continua y comunicando los beneficios de la **AMIPCI** en la Industria y en la Sociedad.

**Artículo 31°. Terminación de la membresía.** Todo Asociado que por cualquier motivo deje de pertenecer a la Asociación deberá dejar de ostentarse como miembro de la misma y evitará cualquier acción que por beneficio propio o por cualquier otra causa, afecte a la Asociación, a sus miembros o a la Industria.

#### **Artículo 32° Obtención, utilización, renovación y caducidad del Sello AMIPCI**

1. Las empresas que se adhieran a éste Código de podrán identificarse con la exhibición en sus páginas web del Sello AMIPCI como distintivo. Al pulsar sobre el Sello AMIPCI se proporcionará acceso a la información relativa al presente código, y al funcionamiento de los mecanismos extrajudiciales de resolución de controversias encargados del control de su aplicación, así como al listado de las empresas y entidades adheridas a la AMIPCI.

2. Dado su objeto esencial, que es el de constituir una marca distintiva colectiva, el Sello AMIPCI no podrá ser dispuesto ni, en todo caso, utilizado de tal forma que pueda ser considerado:

- como una marca propia de la empresa usuaria,
- o como una garantía de calidad de los productos o servicios ofrecidos.

3. La utilización del Sello AMIPCI de manera fraudulenta constituye una infracción, debidamente sancionada por la legislación correspondiente. Entre otros ilícitos, podría constituir una infracción de los derechos de exclusiva que recaigan sobre el Sello, así como de la legislación publicitaria y de competencia desleal, que prohíben los actos de engaño.

4. Las empresas adheridas tendrán derecho a utilizar el Sello AMIPCI durante el tiempo de su adhesión a este Código. Desde el momento en que una empresa adherida decidiese eventualmente finalizar su adhesión, automáticamente perdería su derecho a la utilización del Sello.

### TÍTULO III

#### CAPÍTULO I

#### SANCIONES

**Artículo 33º. Sanciones.** Todo Asociado que incumpla con las disposiciones enunciadas en este Código de Ética, se hará acreedor a la sanción que le imponga el Comité de Ética de la **AMIPCI**.

**Artículo 34º. Imposición de las sanciones.** Para la imposición de las sanciones se tomará en cuenta la gravedad de la violación cometida, evaluándola de acuerdo con la trascendencia que la falta tenga para el prestigio y estabilidad de la actividad de la Asociación y de sus miembros y la responsabilidad que le corresponda.

**Artículo 35º. Diferentes tipos de sanciones.** Las sanciones pueden consistir en:

1. Amonestación.
2. Suspensión temporal de sus Derechos como Asociado.
3. Suspensión definitiva o expulsión.

#### CAPÍTULO II

#### PROCEDIMIENTO PARA LA APLICACIÓN DE LAS SANCIONES

**Artículo 36º. Apertura de la investigación.** Para que se proceda a la apertura de una investigación contra algún Asociado, el denunciante formulará una queja ante el Comité de Ética, sin perjuicio de que el Comité podrá proceder a investigar de oficio cualquier violación, cuando así lo estime conveniente.

**Artículo 37º. Denunciante.** El denunciante podrá ser cualquier Asociado de la **AMIPCI**, así como usuarios que conozcan del caso.

**Artículo 38º. Requisitos para las quejas.** Para la presentación de cualquier queja se deberán reunir los siguientes requisitos:

- a) Presentar la queja por escrito, dirigida al Comité de Ética de la **AMIPCI**.
- b) Enviarla o entregarla personalmente con acuse de recibo firmada por personal de la **AMIPCI** o por miembros del Comité de Ética de la misma.
- c) Contener las declaraciones necesarias para que se funde la queja, acompañada de las pruebas correspondientes.

**Artículo 39º. Procedimiento.** Después de ser presentada la queja, los integrantes del Comité de Ética en reunión plenaria darán lectura a la queja, la cual le será asignada a alguno (s) de su (s) miembro (s) para que estudie y recabe los datos suficientes para emitir, en breve término un informe detallado al Comité respecto de la queja presentada, expresando en su caso los motivos que consideró para aceptar la queja y señalando las pruebas que fueran aportadas así como los argumentos a considerar para dictar la resolución correspondiente.

El Comité deberá informar por escrito al denunciante inmediatamente después de su primer lectura con el fin de que el denunciante conozca que su caso está siendo atendido y se le está dando trámite, a efectos del Artículo 41º.

Los integrantes del Comité de Ética estarán obligados a guardar la más absoluta confidencialidad respecto de la queja de la cual tengan conocimiento, en el ejercicio de su encargo, debiendo abstenerse de divulgar los aspectos relacionados con la queja, así como las partes involucradas en la misma.

**Artículo 40º. Audiencia.** El Asociado acusado tiene el derecho de asistir a una reunión plenaria del Comité de Ética, previa notificación del motivo de la acusación para que, en un término de diez días hábiles, produzca su defensa y exhiba las pruebas necesarias para demostrar su inocencia, en el entendido que de no presentar los documentos o pruebas en el término antes referido, se le tendrá por perdido tal derecho, y por lo tanto, por aceptados los hechos y/o conductas que se le imputan.

**Artículo 41º. Resolución.** Cumplidos los pasos anteriores, incluyendo el de la garantía de audiencia y defensa del acusado, el Comité de Ética en reunión plenaria y de acuerdo con el informe al que se refiere el Artículo 39º, acordará la procedencia de la queja, y según el caso, dictará la resolución correspondiente.

## TÍTULO IV

### DEL COMITÉ DE ÉTICA

**Artículo 42º. Funciones.** El Comité de Ética será el organismo encargado de:

- a) Aplicar las disposiciones del presente Código en relación a la conducta de los Asociados y/o de los usuarios de la industria.
- b) Recibir quejas por violaciones al presente Código.
- c) Imponer las sanciones con fundamento en el presente Código.
- d) Interpretar el presente Código.
- e) Defender a los Asociados en caso de queja injustificada.
- f) Resolver las controversias que se susciten en el ejercicio de la actividad entre Asociados.

**Artículo 43º. Reuniones.** El Comité de Ética se reunirá cada vez que sea convocado por su Vicepresidente, por el Presidente de la **AMIPCI** o a solicitud de cualquier Asociado para conocer de las quejas presentadas, según las normas establecidas en el Título III del presente Código.

Las reuniones serán presididas por su Vicepresidente, a todas se convocará a el Presidente de la AMIPCI y cuando éste asista presidirá el Comité

**Artículo 44º. Publicación.** Sin perjuicio de lo dispuesto por el Artículo 34º, el Comité podrá ordenar se difunda y publique por cualquier medio, el fallo que se hubiere dictado, cuando así se determine en la resolución respectiva.

En caso de que durante la votación para la resolución de un caso existiera empate, el Vicepresidente o Presidente tendrá voto de calidad para decidir la resolución del caso.

**TESTIGO DE HONOR**

**INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

LIC. JORGE AMIGO CASTAÑEDA

**ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET, A.C.**

DR. ALFREDO REYES KRAFFT  
PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO