
CÓDIGO DE CONDUCTA

Fundación Promoción Social

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	ÁMBITO DE APLICACIÓN	3
3.	FINALIDAD	4
4.	INTERPRETACIÓN E INTEGRACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA	4
5.	NORMAS GENERALES DE CONDUCTA PROFESIONAL	4
6.	NORMAS DE CONDUCTA.....	5
6.1	Relación con los clientes.....	5
6.2	Relación con los menores de edad.....	6
6.3	Relación con los donantes.....	6
6.4	Relación con los voluntarios.....	7
6.5	Relación con las contrapartes locales	8
6.6	Relación con proveedores de bienes o servicios.....	8
6.7	Relación con el personal que integra la entidad	9
6.8	Relación con los organismos públicos.....	14
6.9	Partidos Políticos o sindicatos.....	15
6.10	Relación con la Comunidad y el entorno.....	15
6.11	Relación con la Hacienda Pública y la Seguridad Social.....	15
6.12	Política de Inversiones Financieras.....	15
6.13	Relación con los Patronos	16
7.	EL COMITÉ DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO.....	17
7.1	Composición.....	17
7.2	Funciones	17
7.3	Formación	17
7.4	Canal de denuncias y sugerencias.....	17
7.5	Violación del Código de Conducta.....	18
7.6	Revisión.....	18

1) INTRODUCCIÓN

1.1) La Fundación Promoción Social de la Cultura (en adelante, Promoción Social) es una organización de naturaleza fundacional, constituida sin ánimo de lucro, cuyo patrimonio se halla afectado de modo duradero a la realización de fines de interés general relacionados esencialmente con la promoción y desarrollo de actividades culturales, asistenciales, sociales y educativas en España y en el extranjero, principalmente en los países en vías de desarrollo y regiones deprimidas de otros países, con el fin de cooperar en el desarrollo cultural, social y económico de éstos.

Está incluida entre las entidades reguladas por la Ley de Fundaciones de Actividades de Interés General y clasificada e inscrita en el Registro de Fundaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte con el número de registro 114.

El ámbito territorial en el que desarrolla principalmente sus actividades no se limita al de una Comunidad Autónoma determinada sino que se extiende al de todas las que se integran en el Estado español, de donde, desde el punto de vista técnico-jurídico, es una fundación de competencia estatal.

1.2) Promoción Social tiene como misión:

- Prestar una atención preferente a programas y proyectos de carácter formativo, porque entiende que la formación, en su más amplio sentido, es el motor para un desarrollo humano y duradero en las personas y en los grupos sociales.
- Promover todo tipo de iniciativas encaminadas a la protección e integración social, en cualquier forma posible, de las personas que, con independencia de su edad o sexo, se encuentren en situación de necesidad por causa de minoría de edad, enfermedad, minusvalía o incapacidad de cualquier tipo o clase, incluyendo el desarrollo de planes de formación y/o recualificación dirigido a personas ocupadas y desempleadas, emprendimiento e inserción socio-laboral de jóvenes y otros colectivos.
- Promover el fomento de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

1.3) Sin perjuicio del respeto de la libertad de expresión de toda persona, no consentirá, facilitará, promoverá, divulgará, ni amparará acto o expresión que suponga o conlleve cualquier incitación a la violencia contra cualquier colectivo por razón de raza, religión, sexo o creencias.

1.4) La Fundación, en cuanto ONG de Desarrollo tiene igualmente suscrito un Código de Conducta promovido por la Coordinadora de la ONG de Desarrollo, cuyo contenido es común a todas las ONG de desarrollo nacionales y que recoge una serie de elementos comunes de todas ellas como son sus señas de identidad y sus rasgos distintivos.

Ninguno de los artículos contenidos en este Código de Conducta, propio y exclusivo de Promoción Social, contradice, se opone o infringe ninguno de los principios recogidos en el código común y general referido en el párrafo anterior.

2) ÁMBITO DE APLICACIÓN

2.1) El presente Código de Conducta tiene como destinatarios a los Patronos, directivos, empleados, y profesionales independientes que presten sus servicios en Promoción Social, que en lo sucesivo se referirán como *los integrantes o colaboradores*.

- 2.2) Sin perjuicio de lo anterior, Promoción Social promoverá que toda persona (en particular, los voluntarios), empresa, administración e institución con los que se relacione en las actuaciones propias de su objeto social, adopten una conducta conforme a las normas contenidas en el presente Código.

No contratará, ni mantendrá relaciones comerciales o institucionales con toda aquella persona, empresa o autoridad que infrinja los principios contenidos en este código de conducta.

- 2.3) Nadie, independientemente de su nivel o posición, está autorizado para solicitar que un colaborador cometa un acto ilegal o que contravenga lo establecido en el presente Código de Conducta.

3) FINALIDAD

- 3.1) El presente documento expone el conjunto de normas que resultan de aplicación a todos los colaboradores que integran Promoción Social y que resultan válidos para establecer no sólo parámetros orientadores de la cultura corporativa de la Fundación, sino sus normas de actuación.

Adicionalmente, el Código de Conducta responde a las nuevas obligaciones de prevención penal impuestas en el ámbito de la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

- 3.2) Promoción Social aspira a que su conducta y la de las personas a ella vinculadas responda y se acomode, a la legislación vigente, a principios éticos y a principios de responsabilidad social de general aceptación.

4) INTERPRETACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

Cualquier duda que pueda surgir sobre la interpretación del Código de Conducta deberá consultarse con el superior jerárquico inmediato. Si las circunstancias lo requieren, se acudirá directamente al Comité de Cumplimiento

5) NORMAS GENERALES DE CONDUCTA PROFESIONAL

- 5.1) Los colaboradores cumplirán estrictamente la legalidad vigente, atendiendo al espíritu y la finalidad de las normas, y observarán las previsiones del Código de Conducta.

Asimismo, respetarán íntegramente las obligaciones y compromisos asumidos por Promoción Social en sus relaciones contractuales con terceros.

En su actividad se comportarán siempre de forma diligente, honrada y leal.

- 5.2) El patronato y los directivos de Promoción Social deberán conocer particularmente las leyes y reglamentaciones, incluidas las internas, que afecten a sus respectivas áreas de actividad y deberán asegurarse de que los empleados, voluntarios o profesionales externos que se contraten y que dependan de ellos reciban la adecuada información y formación que les permita entender y cumplir las obligaciones legales y reglamentarias aplicables a su función, incluidas las internas.

La eficacia de los programas de cumplimiento normativo, así como de las normas internas de funcionamiento de Promoción Social, requieren el inequívoco compromiso y apoyo del patronato y de los directivos, de forma que lo cumplirán escrupulosamente trasladando así la cultura de cumplimiento, y exigirán al resto de colaboradores igual conducta.

Nunca se recompensará o incentivará, directa o indirectamente, cualquier conducta que se aparte del estricto cumplimiento de la Ley y de la normativa interna.

- 5.3) Promoción Social respetará y acatará las resoluciones judiciales o administrativas que se dicten, reservándose el derecho a recurrirlas si entendiera que no se ajustan a derecho.
- 5.4) Los criterios rectores a los que se ajustará la conducta de los colaboradores serán la integridad y la profesionalidad.
- 5.5) Es obligación de todos los integrantes de Promoción Social informar al Comité de Cumplimiento acerca de la incoación, evolución y resultado de todo procedimiento judicial de orden penal o administrativo de carácter sancionador, en el que sean parte investigada, encausada, acusada o condenada y pueda afectarles en el ejercicio de sus funciones en Promoción Social o perjudicar la imagen o los intereses de la entidad.
- 5.6) Atendiendo a la misión educacional y formativa de Promoción Social, se repudia y rechaza toda manifestación pública ya sea oral, ya sea escrita, que fomente, promueva o incite públicamente al odio o a la discriminación de un determinado grupo o persona por motivos de raza, religión, creencia o identidad sexual. Por ello, exige a todos los integrantes y colaboradores de Promoción Social que en el desarrollo de sus tareas, cumpla y respete este principio. En consecuencia, quedan terminantemente prohibidos, a través la web, publicaciones, conferencias, seminarios, congresos, presentaciones de libros, cursos de formación, actividades con menores, o cualquier otra que organice la Fundación, la defensa pública, recomendación, venta, ensalzamiento de libros, textos, películas, o discursos que fomenten, promuevan o inciten al odio o la discriminación contra un grupo o una persona, por motivos racistas, antisemitas u otros referentes a la ideología, religión o creencias, situación familiar, sexo, orientación o identidad sexual, por razones de género, enfermedad o discapacidad.

6) **NORMAS DE CONDUCTA**

6.1) Relación con los clientes

- 6.1.1) Honradez y responsabilidad profesional: Promoción Social cumple con un elevado compromiso de honradez y responsabilidad profesional en su tarea.
- 6.1.2) Contratos y actividad promocional: Los profesionales de Promoción Social cumplirán las siguientes pautas de conducta en la actividad de ofrecimiento y contratación de servicios de la Fundación:
 - Informarán con objetividad sobre los distintos servicios.
 - Aplicarán las tarifas vigentes o las condiciones comerciales aprobadas en cada caso.
 - Se preocuparán de la situación socioeconómica del cliente y su familia, estudiando soluciones alternativas cuando los recursos del cliente y su familia sean escasos. En caso de necesidad plantearán a la Dirección la posibilidad de beca total o parcial para que el aspecto económico no sea limitante a la hora de prestar un servicio.
 - Cuidarán de que la contratación de los servicios se haga en la forma establecida en los procedimientos internos, obteniendo y conservando la documentación requerida y entregando copia de la misma a quien contrata.

- Los contratos de Promoción Social deben ser (i) claros y directos de modo que las partes dispongan de toda la información relevante para la toma de decisiones, (ii) conformes con las normativas vigentes, sin recurrir a prácticas engañosas o de cualquier modo, incorrectas y (iii) completos, de modo que las partes conozcan sus derechos y obligaciones.
- Promoción Social se compromete a no utilizar instrumentos publicitarios engañosos o falsos. Toda actividad de promoción de la Fundación, comercialización, información y venta de los cursos de formación o educativos que imparte deberá realizarse con el ofrecimiento de toda la información relevante para que sus potenciales clientes adopten sus decisiones con conocimiento de causa.
- La información sobre su actividad, y diferentes programas y curso consta en su página web (<https://www.promocionsocial.org>) en la que se expone información de utilidad para sus clientes.

6.1.3) Confidencialidad y privacidad. La información de los clientes deberá ser tratada con absoluta reserva y confidencialidad y no podrá ser facilitada más que a sus legítimos titulares o bajo requerimiento oficial siempre con las debidas garantías jurídicas.

6.2) Relación con menores de edad

La Fundación promueve y organiza numerosos cursos, programas y actividades dirigidas a menores de edad.

En el desarrollo de dichas tareas, la Fundación respeta y da cumplimiento al derecho al honor y a la propia imagen, derecho de información, de libertad de expresión, de libertad ideológica y demás derechos reconocidos en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor, velando siempre por su interés superior.

Será requisito para el acceso y ejercicio a las actividades que impliquen contacto habitual con menores, el no haber sido condenado por sentencia firme por algún delito contra la libertad e indemnidad sexual, que incluye la agresión y abuso sexual, acoso sexual, exhibicionismo y provocación sexual, prostitución y explotación sexual y corrupción de menores, así como por trata de seres humanos. A tal efecto, quien pretenda el acceso a tales actividades deberá acreditar esta circunstancia mediante la aportación de una certificación negativa del Registro Central de delincuentes sexuales.

6.3) Relación con los donantes

6.3.1) Información veraz

Promoción Social proporciona la información precisa y veraz sobre el destino de los fondos, distinguiendo las cantidades aplicadas a la financiación de los programas, de las destinadas a gastos administrativos y de las dedicadas a la captación de fondos.

Promoción Social potencia la transparencia en relación con sus donantes y publica en su página web la memoria correspondiente a cada anualidad <https://promocionsocial.org/somos-transparentes/>.

6.3.2) Derechos de los donantes

Promoción Social respeta la voluntad de sus donantes sin modificar o aplicar sus aportaciones a un destino distinto al manifestado por aquéllos, sin contar con su autorización expresa.

Promoción Social respeta el derecho de confidencialidad de sus donantes sin revelar información sobre los mismos, salvo que cuente con su autorización, dejando a salvo el cumplimiento de las obligaciones legales, en particular las referidas a la prevención del blanqueo de capitales.

Promoción Social procurará, en el plazo máximo de diez días naturales (excepto circunstancias excepcionales) una respuesta a las demandas de información adicionales de sus donantes.

Promoción Social emitirá un certificado de donación, haciendo la debida comunicación a la Administración Tributaria competente para su desgravación fiscal, siempre que le sean facilitados por parte del donante los datos necesarios para ello.

6.4) Relación con los voluntarios

6.4.1) Finalidad: La incorporación de voluntarios tiene una finalidad de apoyo desinteresado y altruista.

6.4.2) Requisitos previos: Será requisito imprescindible para tener la condición de voluntarios en programas cuyo ejercicio conlleve el contacto habitual con menores, no haber sido condenados por sentencia firme por delitos contra la libertad e indemnidad sexual, trata y explotación de menores, para lo cual se exigirá la aportación del correspondiente certificado negativo de antecedentes penales.

De igual forma, no podrán ser voluntarios las personas que tengan antecedentes penales no cancelados por delitos de violencia doméstica o de género, por atentar contra la vida, la integridad física, la libertad, la integridad moral o la libertad e indemnidad sexual del otro cónyuge o de los hijos, o por delitos de tráfico ilegal o inmigración clandestina de personas, o por delitos de terrorismo en programas cuyos destinatarios hayan sido o puedan ser víctimas de estos delitos. Esta circunstancia se acreditará mediante una declaración responsable de no tener antecedentes penales por estos delitos,

6.4.3) Funciones del voluntariado: Promoción Social define previamente las funciones de los voluntarios y el ámbito en el que deben actuar, no encomendando nunca cometidos propios de los profesionales de la Fundación.

6.4.4) Acuerdo de incorporación: los derechos y obligaciones de los voluntarios se reflejan en el acuerdo de incorporación, de obligada suscripción en el que constará la concreta labor del voluntario.

6.4.5) Formación: Promoción Social proporciona a los voluntarios la formación adecuada para que cumplan su cometido, a través de las actividades formativas que ofrece con regularidad.

6.4.6) Confidencialidad: Promoción Social deberá instruir a los voluntarios que estarán obligados a cumplir los compromisos adquiridos para con ella y deberán guardar, cuando proceda, confidencialidad de la información recibida y conocida en el desarrollo de su actividad.

Promoción Social deberá igualmente instruirles de que en ningún caso tomarán fotos o vídeos de las actividades que desarrollen sin autorización de la propia Fundación.

6.5) Relación con las contrapartes locales

La Fundación entiende por Contraparte local, la organización con implantación en el país donde se va a ejecutar un proyecto, que asumirá frente a Promoción Social, y en colaboración con esta, la responsabilidad de identificar, ejecutar y dar continuidad al proyecto.

Los principales criterios para poder seleccionar a una Contraparte serán:

- Implantación social y conocimiento de la realidad donde quiere trabajar. Esta implantación podrá ser en un área determinada o en todo el país.
- Capacidad técnica demostrada por la experiencia en llevar a cabo otros proyectos análogos al que se propone.
- Capacidad de gestión para llevar a cabo proyectos de la cuantía y complejidad análoga al que se propone.
- Que exista afinidad entre la Misión, Visión y Valores de las dos entidades.
- La entidad Contraparte receptora de fondos aportados por la Fundación, deberá tener entre sus fines específicos la realización de actividades de interés general relacionadas con los fines recogidos en los estatutos de la Fundación.
- Ostentar la condición de organización sin ánimo de lucro.
- Deberá estar legalmente constituida e inscrita en el registro correspondiente y acreditar, antes de la firma de cualquier convenio u otorgamiento de cualquier tipo de ayuda, la designación conforme legalmente proceda de la persona física que la represente.
- Deberá certificar que están sometidas a los controles administrativos y fiscales propios de su legislación nacional.

Para la selección de una contraparte local la Fundación atenderá a lo dispuesto en el Procedimiento de acreditación de la idoneidad de las Contrapartes locales aprobado por la Fundación.

6.6) Relación con proveedores de bienes o servicios

6.6.1) Elección de proveedores:

Los procesos de elección de los proveedores de bienes o servicios deben caracterizarse por la búsqueda de competitividad y calidad, garantizando la igualdad de oportunidades entre todos los proveedores.

En particular, desde Promoción Social no se negará a nadie que, cumpliendo con los requisitos solicitados, pueda competir en la contratación de productos y servicios, adoptando en la elección entre los candidatos criterios objetivos y transparentes.

En caso de que el proveedor, en el desarrollo de su propia actividad para Promoción Social, adopte comportamientos no conformes con los principios generales del presente Código de Conducta, Promoción Social estará legitimada para tomar las medidas oportunas, y podrá rechazar la colaboración en un futuro con dicho proveedor.

Las relaciones con los proveedores están reguladas por principios comunes y están sometidas a un riguroso control de calidad, cumplimiento y excelencia por parte de Promoción Social.

La formalización de un contrato con un proveedor debe basarse siempre en relaciones claras, por escrito y evitando formas de dependencia.

6.6.2) Independencia: conflictos de interés:

Cualquier vinculación económica, familiar o de amistad de un colaborador con un proveedor se pondrá inmediatamente de manifiesto por el colaborador concernido, que deberá abstenerse de toda actuación en relación con la operación en la que tenga un conflicto de interés, cumpliendo el Protocolo que al efecto ha redactado la Fundación.

6.6.3) Regalos, obsequios y favores:

Se prohíbe recibir regalos, obsequios o favores a terceros que puedan influir en la independencia de la toma de decisiones de Promoción Social.

Consecuentemente, la aceptación de un regalo por Promoción Social proveniente de un proveedor de bienes y servicios sólo estará permitida cuando concurren simultáneamente todas y cada una de las tres circunstancias siguientes:

- Sean de valor económico simbólico o de carácter promocional.
- Respondan a normas de cortesía habituales o a atenciones comerciales usuales.
- No estén prohibidas por la ley o las prácticas comerciales generalmente aceptadas.

En ningún caso podrán consistir en efectivo.

6.6.4) Secreto de empresa:

Si como consecuencia de cualquier relación legal o contractual o de colaboración profesional con otra entidad o profesional tuviera conocimiento de cualquier información relativa a su ámbito empresarial, utilizada y conservada con criterio de confidencialidad y exclusividad en aras de asegurar una posición óptima en el mercado, no podrá difundirla, revelarla o cederla, ni utilizarla en provecho propio.

Queda igualmente terminantemente prohibido apoderarse de cualquier dato, documento escrito o electrónico, soportes informáticos, realizar grabaciones o interceptar cualquier vía de comunicación de una entidad o profesional, con el propósito de descubrir un secreto de empresa.

6.7) Relación con el personal que integra la Fundación

6.7.1) Criterios de selección:

Promoción Social mantendrá el más riguroso y objetivo programa de selección, atendiendo exclusivamente a los méritos académicos, personales y profesionales de los candidatos y a las necesidades de la entidad.

6.7.2) Integridad moral:

Promoción Social rechaza cualquier manifestación de violencia, de acoso físico, sexual, psicológico, moral u otros, de abuso de autoridad en el trabajo y cualesquiera otras conductas que generen un entorno vejatorio, intimidatorio u ofensivo para los derechos personales de sus colaboradores.

6.7.3) Libertad de Pensamiento:

Promoción Social no impone criterios en lo opinable y respeta la libertad de pensamiento.

6.7.4) Conciliación:

Promoción Social respeta la vida personal y familiar de sus colaboradores y promoverá los programas de conciliación que faciliten el mejor equilibrio entre aquella y sus responsabilidades laborales.

6.7.5) Formación:

Promoción Social promueve la formación de sus empleados.

6.7.6) Derecho a la intimidad:

Promoción Social respeta el derecho a la intimidad de sus colaboradores, en todas sus manifestaciones, y en especial en lo que se refiere a datos de carácter personal, médico y económico.

6.7.7) Seguridad y salud en el trabajo:

Promoción Social promueve la seguridad y salud en el trabajo y adopta, como mínimo, las medidas preventivas establecidas al respecto en la legislación vigente.

Los integrantes o colaboradores de Promoción Social observarán las normas relativas a seguridad y salud en el trabajo, con el objetivo de prevenir y minimizar los riesgos laborales.

6.7.8) Regalos y favores:

Los integrantes o colaboradores de Promoción Social no podrán dar ni aceptar regalos en el desarrollo de su actividad en el seno de la Fundación.

Excepcionalmente, la entrega y aceptación de regalos en el ejercicio de su actividad profesional estará permitidas siempre y cuando concurren simultáneamente todas y cada una de las cuatro circunstancias siguientes:

- Sean de valor económico simbólico (pero nunca efectivo metálico).

- Respondan a normas de cortesía habituales o a atenciones comerciales usuales.
- No estén prohibidas por la ley o las prácticas comerciales generalmente aceptadas.
- Se comunique a su superior jerárquico.

6.7.9) Oportunidades de negocio:

Ningún integrante o colaborador de Promoción Social podrá utilizar el nombre de Promoción Social ni invocar su categoría profesional para la realización de operaciones por cuenta propia o de personas vinculadas.

Ningún integrante o colaborador de Promoción Social podrá realizar, en beneficio propio o de personas vinculadas, inversiones o cualesquiera operaciones ligadas a los bienes de la Fundación de las que haya tenido conocimiento con ocasión de su actuación profesional, cuando la inversión o la operación hubiera sido ofrecida a Promoción Social o Promoción Social tuviera interés en ella, siempre que la Fundación no haya desestimado dicha inversión u operación sin mediar influencia del correspondiente colaborador.

6.7.10) Imagen y reputación corporativa:

Promoción Social considera su imagen y reputación corporativa como uno de sus activos más valiosos de cara a preservar la confianza de los donantes, clientes, colaboradores, proveedores, autoridades y de la sociedad en general. En consecuencia, los integrantes y colaboradores están obligados a:

- Poner el máximo cuidado en preservar la imagen y reputación de Promoción Social en todas sus actividades.
- Observar en todo momento una conducta intachable cuando Promoción Social les autorice el uso de la marca, logo o cualquier otro activo tangible o intangible de la Fundación, incluyendo tanto su conducta profesional como extraprofesional, y evitando que ambas puedan comprometer o dañar la imagen o la reputación de Promoción Social.
- Ser especialmente cuidadosos en las intervenciones públicas.

6.7.11) Confidencialidad. Protección de datos:

Toda la información propiedad o custodiada por Promoción Social de carácter no público, tiene la consideración de reservada y confidencial. En relación con esta información, los colaboradores están sujetos a las siguientes obligaciones:

- Deberán guardar estricta confidencialidad sobre aquella información a la que accedan como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.
- Deberán de utilizar dichos datos o información exclusivamente en el desempeño de su actividad profesional y no podrán facilitarla más que a aquellos otros profesionales que necesiten conocerla para la misma finalidad y se abstendrán de utilizarla en beneficio propio.

- No deberán hacer uso fraudulento de dicha información y evitarán beneficiarse personalmente de una oportunidad de lucro de la que tuvieran conocimiento durante el desempeño de sus tareas.
- En particular, deberán mantener el secreto profesional en relación con los datos, informes, cuentas, balances, planes estratégicos, organigramas, y formas de organizar la Fundación.
- No revelarán, en ningún caso, datos de carácter personal obtenidos de clientes, donantes, proveedores, administraciones públicas y público en general.
- Asimismo, la información sobre la que por cualquier tipo de razón o circunstancia, se pudiera llegar a tener conocimiento relativa a empleados, miembros del patronato, y directivos, incluida, en su caso, la relativa a cualquier dato de tipo personal o familiar, remuneraciones o la relativa a información de salud o de carácter médico al ser de carácter personal, es información sensible y por lo tanto especialmente protegida por la legislación sobre Protección de Datos de Carácter Personal.
- La obligación de confidencialidad de los profesionales de Promoción Social subsistirá aun después de finalizar sus relaciones con esta Fundación.

6.7.12) Divulgación de grabaciones y de imágenes de clientes, voluntarios y empleados:

- La obtención, reproducción, publicación o divulgación por fotografía, vídeo o cualquier otro procedimiento, medio, o soporte actual o futuro, de la imagen, nombre y/o voz para que puedan ser utilizadas en el presente o en el futuro, con fines publicitarios, científicos, docentes, divulgativos o informativos, requerirá siempre el permiso expreso de la persona.
- En la utilización de esta imágenes, Promoción Social deberá cumplir en todo momento la exigencia de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen, y con el Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril de 2016, general de protección de datos o legislación que los sustituya.
- En ningún caso se vulnerará la dignidad de la persona, debiendo ser siempre imágenes respetuosas.
- La divulgación que realiza Promoción Social será sin ánimo de lucro.
- No se remunerará en ningún caso a las personas que figuren en las fotografías, vídeos, medios.
- La autorización deberá conservarse en el correspondiente archivo.
- Respecto de los trabajadores y patronos de Promoción Social, igualmente se requerirá su expresa autorización para la divulgación de imágenes o grabaciones. Dicha autorización puede revocarse en cualquier momento por cualquiera de ellos.

6.7.13) Uso responsable de los recursos de Promoción Social:

- Promoción Social pone a disposición de sus integrantes o colaboradores los recursos necesarios para el desempeño de su actividad profesional y se compromete a facilitar los medios necesarios para la protección y salvaguarda de los mismos.

Los integrantes o colaboradores usarán los recursos puestos a su disposición por la Fundación de acuerdo con las normas que siguen.

- Los sistemas informáticos y, en general, cualesquiera otros medios que Promoción Social ponga a disposición de sus integrantes o colaboradores para el desempeño de su tareas, no se facilitan para uso personal no profesional y no son aptos para la comunicación privada. Consecuentemente, no generan expectativa de privacidad en caso de que tuvieran que resultar supervisados por Promoción Social en el desempeño proporcionado de sus deberes de control.

Por tanto, para la protección del patrimonio fundacional y para velar por la seguridad y confidencialidad de la información de los donantes, clientes, y de los modelos y estándares generados, Promoción Social tiene reservada la facultad permanente de revisar y verificar los dispositivos puestos a su disposición así como el contenido de los discos duros de los ordenadores y los accesos y extracción de documentos fuera de sus sistemas, archivos o programas.

Dichas revisiones se efectuarán siempre por parte de los servicios técnicos internos, o los externos que designe expresamente al efecto.

- A menos que la Fundación lo autorice expresamente, los integrantes y colaboradores de Promoción Social:
 - a) No utilizarán dichos recursos para usos personales o extraprofesionales y/o para el desempeño de actividades que no estén relacionadas directamente con el interés de la Fundación, salvo excepción. En aquellos supuestos en los que excepcionalmente se utilicen estos recursos para fines personales, el uso debe ser razonable, adecuado y conforme al principio de buena fe contractual, estando prohibido el acceso a contenidos inadecuados o inmorales de internet.
 - b) No sustraerán o consentirán deliberadamente que un tercero sustraiga dichos recursos, así como los bienes, efectos y demás activos de cualquier tipo.
 - c) El dominio promocionsocial.org corresponde exclusivamente al uso profesional y es el único cauce para comunicarse con los clientes, proveedores o con cualquier otro profesional o tercero por cuestiones que afecten al ámbito de actuación de Promoción Social.
 - d) Los profesionales de Promoción Social cumplirán estrictamente las normas que se establecen para la Fundación en cada momento en materia de seguridad informática y en particular prestarán especial protección a los sistemas informáticos, adoptando todas las medidas de seguridad para proteger los mismos y que comprende, como la más elemental, no facilitar la contraseña de

ordenador o código de acceso o cualquier dato similar que permita acceder a la totalidad o una parte del sistema.

6.8) Relación con los organismos públicos

6.8.1) La corrupción, el soborno, el tráfico de influencias, en cualquiera de sus formas, son conductas inaceptables que Promoción Social no tolera bajo ningún concepto.

6.8.2) Ningún profesional de Promoción Social está autorizado a ofrecer, prometer o conceder cualquier beneficio o ventaja indebida, pecuniaria o de cualquier otra clase, corromper o intentar corromper, por sí mismo o por persona interpuesta, a una autoridad, funcionario público, empleado o directivo de empresa u organismos público, nacional o extranjero, en beneficio propio o de un tercero, con el fin de que actúen o se abstengan de actuar en relación con el ejercicio de sus funciones públicas para conseguir o conservar un contrato, negocio, o cualquier otra ventaja competitiva en la realización de actividades económicas, sea a nivel local, autonómico, nacional o incluso internacional. De igual manera, se prohíbe tales conductas con ocasión de la tramitación de expedientes sancionadores o en cualquier procedimiento para obtener subvenciones o cualquier ventaja o beneficios de orden fiscal o administrativo.

Del mismo modo, ningún colaborador de Promoción Social debe atender ninguna solicitud al respecto de las conductas descritas en el párrafo anterior, que provengan de autoridad o funcionario público.

6.8.3) Consecuentemente, la realización de un regalo por Promoción Social a favor de una autoridad, funcionario público, empleado o directivo de empresa u organismos público, nacional o extranjero sólo estará permitida cuando concurren simultáneamente todas y cada una de las tres circunstancias siguientes:

- Sean de valor económico simbólico o de carácter promocional, y nunca consistirán en dinero en efectivo.
- Respondan a normas de cortesía habituales o a atenciones comerciales usuales.
- No estén prohibidas por la ley o las prácticas comerciales generalmente aceptadas.

6.8.4) Asimismo, se establece la obligación de poner de manifiesto, para que la Fundación lo conozca, las relaciones de parentesco, de amistad o cualquier otra vinculación pasada o presente, que en su caso pudieran existir entre Patronos, empleados o directivos de Promoción Social con autoridades, funcionarios públicos, personal directivo de entes u organizaciones públicas, con el fin de que no se produzca tráfico de influencias, entendido como el ejercicio de una presión eficiente derivada de las relaciones personales sobre una autoridad o funcionario de forma en que la motivación de su decisión se basa en elementos personales, ajenos a los intereses públicos, con la finalidad de conseguir un beneficio de carácter económico.

6.8.5) En el caso de que un profesional de Promoción Social se enfrente a una situación en la que puede verse inducido o forzado a realizar alguna práctica corrupta como las anteriormente definidas, o tenga un vínculo personal con una autoridad o funcionario, deberá contactar de inmediato y buscar el asesoramiento del Comité de Cumplimiento Normativo.

6.8.6) A toda reunión que se celebre con funcionarios públicos o autoridades asistirán DOS empleados, directivos o patronos por parte de Promoción Social, excepto si se tratara de cuestiones de mero trámite.

6.9) Relación con Partidos políticos o sindicatos

6.9.1) Promoción Social es ajena a todas las expresiones de ideas y opiniones de partidos o grupos políticos y sindicatos.

6.9.2) Promoción Social se abstendrá de realizar cualquier actividad en relación con la financiación de partidos políticos y sindicatos o de patrocinio de eventos que tengan como único fin la actividad política.

6.10) Relación con la Comunidad y el entorno

Promoción Social asume como pautas de comportamiento minimizar los residuos y la polución, conservar los recursos naturales, promover el ahorro de energía, y respetar la legislación medioambiental.

6.11) Relación con la Hacienda Pública y la Seguridad Social. Cumplimiento de las normas sobre prevención de blanqueo de capitales y financiación de terrorismo

6.11.1) Obligaciones fiscales y tributarias

Promoción Social actúa conforme a la normativa española en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y tributarias. A estos efectos, y con independencia del control interno, la entidad se somete a Auditoría externa para verificar su exactitud y en su condición de Fundación presenta ante el Protectorado sus cuentas anuales y el plan de actuación anual.

6.11.2) Obligaciones con la Seguridad Social

Promoción Social está al corriente de sus obligaciones para con la Seguridad Social en relación con la totalidad de sus empleados.

6.11.3) Cumplimiento de la normativa sobre prevención de Blanqueo de Capitales y financiación del terrorismo

La Fundación da cumplimiento a la normativa sobre prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo en su política de aceptación de donativos y la legislación vigente sobre protección del patrimonio fundacional.

6.12) Política de Inversiones Financieras

La Fundación realiza todas las inversiones financieras temporales que se encuentran reflejadas en sus Cuentas Anuales conforme a los principios y recomendaciones indicados en los Códigos de conducta aprobados en desarrollo de la disposición adicional quinta del Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores.

En concreto:

- Las decisiones sobre las inversiones realizadas son adoptadas conforme a las indicaciones realizadas por la Comisión Ejecutiva del Patronato que está integrada por personas con suficientes conocimientos técnicos.
- Todas ellas se realizan en función de su seguridad, liquidez y rentabilidad y vigilando en todo momento el equilibrio entre estos tres principios.
- La Fundación diversifica los riesgos de dichas inversiones, efectuándolas en mercados secundarios oficiales y evitando la realización de operaciones que respondan a un uso meramente especulativo de sus recursos financieros.

6.13) Relación con los Patronos

6.13.1) Incompatibilidades

No podrán ser propuestas para el cargo de Patrono las siguientes personas:

- Los concursados durante el período de inhabilitación.
- Los condenados a penas que lleven aneja la inhabilitación para el ejercicio de cargos públicos.
- El personal al servicio de las Administraciones Públicas con funciones que se relacionen directamente con las actividades propias de la Fundación.
- Las personas que tengan deudas vencidas y exigibles de cualquier clase frente a la Fundación.

6.13.2) Honorabilidad y capacidad

La persona propuesta para el cargo de Patrono ha de observar una conducta personal digna y poseer la capacidad adecuada para el ejercicio de las funciones propias del Patronato.

6.13.3) Obligaciones generales

- Orientar y controlar la gestión de la Fundación con toda fidelidad al interés de la Fundación.
- Participar activamente en las reuniones del Patronato, recabar la información necesaria, solicitar la colaboración o asistencia que considere oportuna e instar la convocatoria de reuniones del Patronato, o la inclusión en su orden del día, de aquellos extremos que considere convenientes.
- Guardar secreto de las informaciones que conozca como consecuencia del ejercicio de sus funciones.
- Abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones en que pueda verse afectado por un conflicto de intereses y deberá advertir al Patronato de la existencia del mismo.

- Realizar en beneficio propio, o de las personas a él vinculadas, ninguna inversión u operación de la que haya tenido conocimiento con ocasión del ejercicio de su cargo.

7) EL COMITÉ DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO

El Comité de Cumplimiento Normativo de Promoción Social es el órgano colegiado a quien competen las máximas funciones de vigilancia y control del presente Código de Conducta y del cumplimiento normativo.

7.1) Composición

Estará compuesto por el Secretario del Patronato, el Director General y el Director del Departamento Jurídico de la Fundación.

El Comité de Cumplimiento Normativo de Promoción Social podrá acudir a un profesional externo si lo estimara necesario para el esclarecimiento de los hechos que estará obligado a guardar la máxima reserva sobre la consulta planteada.

7.2) Funciones

El Comité de Cumplimiento tendrá, entre otros, las siguientes funciones:

- Difundir el conocimiento y la comprensión del Código de Conducta.
- Comprobar la aplicación del Código de Conducta a través de actividades específicas dirigidas a controlar la mejora continua de la conducta en el ámbito de Promoción Social.
- Recibir e investigar los avisos de infracciones del Código de Conducta y de cualquier otra norma interna, como el Manual de prevención de delitos penales y los diferentes protocolos con los que cuenta en cada momento Promoción Social.
- Proponer la imposición de sanciones y adopción de medidas disciplinarias.
- Proponer al Patronato las modificaciones o aportaciones para integrar al Código de Conducta.

7.3) Formación

El Código de Conducta se dará a conocer mediante su entrega a las personas involucradas, que firmarán un recibí.

Adicionalmente, y con el fin de asegurar una correcta comprensión del Código de Conducta a todos los niveles, se establecerá un plan anual de formación destinado a explicar el conocimiento de los principios y de las normas previstas en el presente Código de Conducta, así como los específicos protocolos de actuación para cada ámbito de actividad concreta, que se impartirán atendiendo a las concretas funciones que desempeña el personal.

7.4) Canal de denuncias y sugerencias

Promoción Social tiene establecido un canal de denuncias y sugerencias y velará por la confidencialidad en el tratamiento de la información.

La dirección electrónica es la siguiente: compliance@promocionsocial.org.

También podrán mantenerse entrevistas presenciales o telefónicas con todos o alguno de los miembros del Comité de Cumplimiento.

7.5) Violación del Código de Conducta

El Comité de Cumplimiento de Promoción Social enviará informes sobre las infracciones del Código de Conducta detectadas tras denuncias realizadas o indicaciones de los implicados o tras las actividades de auditoría, así como las sugerencias que se consideren necesarias:

- En los casos más graves, al Patronato.
- En los demás casos, a la Comisión Ejecutiva de la Fundación.

7.6) Revisión

El presente Código se revisará y modificará tantas veces lo requiera las circunstancias y en todo caso, cada tres años.

El presente Código de Conducta ha sido aprobado por el Patronato de Promoción Social en fecha 14 de diciembre de 2018 y entrará en vigor en la semana siguiente a su aprobación.

El firmante manifiesta haber leído y comprendido el Código de Conducta y declara estar informado de sus obligaciones.

Madrid, a 14 de diciembre de 2018