

# CÓDIGO DE CONDUCTA

**CÓDIGO DE CONDUCTA  
DE LOS EMPLEADOS DE MAS BUSINESS**

**ÍNDICE**

|  | Páginas |
|--|---------|
| I. <b>PREÁMBULO</b>                          | 3       |
| II. <b>PRINCIPIOS BÁSICOS</b>                | 3       |
| III. <b>ARTÍCULOS</b>                        | 3       |
| 1. <b>OBLIGACIONES ÉTICAS</b>                | 4       |
| 2. <b>INDEPENDENCIA Y EQUIDAD</b>            | 5       |
| 3. <b>CONFIANZA E INTEGRIDAD</b>             | 5       |
| 4. <b>SECRETO PROFESIONAL</b>                | 5       |
| 5. <b>PROPIEDAD INTELECTUAL Y PRIVACIDAD</b> | 6       |
| 6. <b>COMPETENCIA DESLEAL</b>                | 7       |
| 7. <b>CALIDAD Y MÉTODO</b>                   | 7       |
| 8. <b>INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</b>         | 8       |
| 9. <b>IGUALDAD Y RESPETO</b>                 | 8       |
| 10. <b>RELACIONES CON CLIENTES</b>           | 9       |
| 11. <b>RELACIONES CON OTROS CONSULTORES</b>  | 10      |
| 12. <b>RELACIONES CON TERCEROS</b>           | 10      |
| 13. <b>PUBLICIDAD</b>                        | 11      |
| 14. <b>HONORARIOS</b>                        | 12      |
| 15. <b>RESPONSABILIDAD CIVIL</b>             | 12      |
| 16. <b>GARANTÍAS Y DIFUSIÓN</b>              | 13      |

## I. PREÁMBULO

El Código de Conducta, basado en los valores de MAS Business, tiene por objeto propiciar una conducta honesta en todas las personas que colaboran en el proyecto empresarial, que debe redundar siempre en una búsqueda de la máxima calidad de nuestros servicios con el objetivo final de crear valor económico compatible con el desarrollo medioambiental y social.

MAS Business pretende que todos los que forman parte de la organización trabajen con un objetivo común mediante la aplicación de procedimientos unificados y atendiendo en todo momento a las exigencias que demandan los grupos de interés, poniendo especial énfasis en el compromiso con la Sociedad en la que se desarrollan sus actividades y en el medio natural, del que la Organización obtiene sus recursos y en cuya protección deben estar involucrados todas las áreas de la organización.

## II. PRINCIPIOS BÁSICOS

Entendemos por Ética Empresarial la conciencia de actuación correcta que todos los miembros de una organización tienen. Está ética o conciencia de responsabilidad que tienen las organizaciones está en constante cambio y entendemos por eso que la Responsabilidad Social de las organizaciones es un camino de evolución continuo por el que las organizaciones deben ir avanzando en su buen hacer. Consideramos que la función de Responsabilidad Social de las organizaciones es la de actuar como conciencia de la misma, detectando las expectativas de los grupos de interés y proponiendo soluciones que lleguen a impregnar a todo el conjunto de la empresa.

El papel esencial de la consultoría en Responsabilidad Social de las organizaciones aparece como apoyo esencial para afrontar los cambios impuestos por la evolución y la innovación necesarios en las propias organizaciones. Desde esta perspectiva, la empresa tiene el compromiso ético de servir a la sociedad ofreciendo productos y servicios útiles, en condiciones justas, promoviendo el desarrollo sostenible, la convivencia, la integración social y el respeto al medio ambiente, creando valor de la manera más eficaz posible y de forma sostenible.

Esta función social debe desarrollarse en un entorno de confianza entre la Organización y sus Grupos de interés, por ello los principios contenidos en este Código de Conducta se fundamentan en el trato claro y honesto con los empleados, accionistas e inversores, socios estratégicos, Administración Pública, clientes, comunidades locales, países y sociedades, creadores de opinión, instituciones financieras, proveedores y subcontratistas y con el público en general, sin olvidar nunca el compromiso medio ambiental:

1. **Proactividad.** Equilibrio entre visión de vanguardia y enfoque pragmático.  
En MAS Business creemos en el equilibrio entre una visión de vanguardia, que impulsa a innovar, a ser proactivo pese a los posibles riesgos, y un enfoque pragmático, orientado a la viabilidad, la eficiencia, la eficacia y el control de riesgos. En MAS Business buscamos ese equilibrio para

ofrecer soluciones y servicios que atiendan de la mejor forma al triple beneficio: económico, social y medioambiental, para que las empresas sean realmente sostenibles.

2. **Creación y compartición de conocimiento.**

MAS Business tiene el objetivo de ser cada día una auténtica comunidad de conocimiento y aprendizaje continuo de la cual participan trabajadores, colaboradores, asociados y clientes, así como otras entidades y personas. A través de ese conocimiento compartido podemos generar nuestro gran valor, que orientamos siempre hacia la sostenibilidad.

3. **Sostenibilidad.**

Desde MAS Business consideramos que una empresa sólo puede perdurar en el tiempo si es sostenible, es decir, si sabe aprovechar al máximo sus recursos, tanto tangibles como intangibles, y sabe responder al triple enfoque económico, social y medioambiental.

4. **Transparencia.**

Desde MAS Business consideramos la transparencia como base de todas nuestras acciones tanto con clientes como con nuestros empleados, asociados y colaboradores. Creemos en la transparencia como motor de confianza y del buen hacer en nuestro trabajo.

5. **Solidaridad.**

Para MAS Business la solidaridad significa tanto involucrarnos con los proyectos de RSE de nuestros clientes, con sus esfuerzos y metas, como adherirnos a causas sociales y medioambientales que estén orientadas a la sostenibilidad del planeta y de las personas que habitamos en él. De ahí la importancia de nuestra propia acción social, como forma de contribuir a un mundo más justo.

### III. **ARTÍCULOS**

MAS Business mantiene un firme compromiso de cumplimiento absoluto de todas las leyes nacionales e internacionales aplicables, observando en cada lugar del mundo donde se desarrollan sus actividades un exquisito cuidado en el cumplimiento de la normativa que afecta a todos los procesos.

Por tanto, es responsabilidad de cada miembro de la Organización cumplir con las leyes relativas a su trabajo y evitar toda actividad que pueda involucrar a MAS Business en cualquier práctica no solo legal, sino también inmoral o ilegítima.

#### 1. **OBLIGACIONES ÉTICAS**

MAS Business (en adelante, la Organización) tiene la responsabilidad de respetar y de mantener los principios éticos contenidos en el presente Código de Conducta, ejerciendo su función conforme al principio de buena fe, de legalidad y a las normas de la correcta práctica profesional.

La Organización debe actuar siempre honesta y diligentemente, con competencia, con lealtad al cliente, guardando secreto de cuanto conociere por razón de su profesión.

Las personas que integran la Organización deben respetar y fomentar los valores corporativos, de forma que en constante compromiso con sus objetivos promuevan la integridad y la honestidad, el trabajo en equipo, el esfuerzo en cuanto a preocupación por ser parte activa del proyecto de MAS Business y por realizar bien el trabajo, buscando constantemente la satisfacción del cliente y del resto de grupos de interés, la mejora continua y la austeridad como premisas fundamentales para asegurar el futuro de la Organización.

Los artículos incluidos en el presente Código de Conducta son de aplicación a todos los miembros de la Organización y a todos sus niveles, cualquiera que sea su ubicación geográfica, incluyendo a la alta dirección.

Cualquier exención al cumplimiento de establecido en el Código, será aprobada por Dirección General. Asimismo, Dirección General podrá determinar la inclusión en su ámbito de aplicación de cualquier grupo de interés en la medida en que considere que ha de verse afectada por las disposiciones de este Código.

## **2. INDEPENDENCIA Y EQUIDAD**

Para poder prestar un servicio profesional de calidad, la Organización tiene el derecho y el deber de preservar su independencia frente a toda clase de injerencias y frente a los intereses propios o que puedan afectar a la imparcialidad y criterio profesional.

La independencia que debe regir el funcionamiento de la Organización le permite eludir o evitar presiones, exigencias o complacencias que adulteren la libre competencia, así como la consecución del buen fin de los proyectos y la objetividad en los criterios y conclusiones.

## **3. CONFIANZA E INTEGRIDAD**

La Organización está obligada a no defraudar la confianza de su cliente y a no aceptar proyectos que puedan dañar sus intereses. No servirá, por tanto, a intereses que estén en conflicto con los del cliente en el desarrollo de un proyecto/servicio. Se compromete a no prestar sus servicios a dos partes involucradas en un mismo proyecto, cuando ello pueda suponer un conflicto de interés, salvo en caso de que ambas partes así lo decidiesen.

## **4. SECRETO PROFESIONAL**

La Organización se compromete a respetar con estricta confidencialidad la información o cualquier otro documento que le sea confiado, remitido o del que adquiere conocimiento en el marco de su actividad, no pudiendo suministrar información relativa al mismo, salvo autorización expresa y por escrito del Cliente. El tratamiento como información confidencial deberá ser

previamente identificado como tal y podrá establecerse, de mutuo acuerdo con el propietario de la misma, un plazo de vigencia para la referida obligación de confidencialidad.

Cualquier miembro de la Organización que esté en posesión o custodie información confidencial en el marco de su actividad:

- Debe mantener la confidencialidad y usarla sólo para fines autorizados.
- No puede guiarse por dicha información para obtener beneficio personal antes de que se haya hecho pública.
- No debe, bajo ningún concepto, hacer mal uso de dicha información.
- No debe compartir dicha información entre compañeros o externos, a menos que alguno de éstos esté específicamente autorizado a recibirla.

Este principio es igualmente exigible, incluso después de la finalización de una misión o relaciones contractuales.

La Organización mantiene un compromiso de transparencia y veracidad en la información que suministra a los grupos de interés que también aplica en las comunicaciones internas. De este modo todos los miembros de la organización están obligados a comunicar la información interna y externa de forma transparente, veraz y completa, sin perjuicio de las normas que rigen en el tratamiento de información confidencial. Las comunicaciones externas efectivas pueden incrementar la visibilidad y credibilidad de la Organización y fortalecer su reputación. Sin embargo, al mismo tiempo la Organización debe asegurar que sus comunicaciones externas no perjudiquen su reputación, violen la confidencialidad, perjudiquen las relaciones con clientes o las relaciones con socios en alianzas estratégicas.

En lo que respecta a la utilización de activos, los miembros de la Organización se deben esforzar en su protección y cuidado, así como en darles un uso correcto en función de su naturaleza, por lo que:

- No se deben utilizar fondos o activos de la compañía para cualquier propósito ilegal o para cualquier otro propósito que no sea para el que específicamente estén destinados.
- Ningún miembro de la Organización debe apropiarse para su uso particular, o para terceras personas, de ningún activo de la misma. La apropiación o sustracción de estos activos dará lugar a sanciones graves.

## **5. PROPIEDAD INTELECTUAL Y PRIVACIDAD**

La Organización se compromete a velar por el respeto de las normas relativas a la propiedad intelectual y a velar por la privacidad de los datos de sus empleados. Las personas que manejan dichos datos en el habitual desempeño de sus funciones deben mantener la información sujeta a sistemas de seguridad, tanto físicos como informáticos, para garantizar que está a salvo de posibles accesos no permitidos.

La Organización se compromete a respetar la privacidad individual de sus empleados. El uso del correo electrónico, Internet, Intranet y telefonía propiedad de la Organización para el desempeño de actividades que no estén relacionadas directamente con los intereses de la organización debe limitarse a lo que es razonable y necesario en cada circunstancia.

## **6. COMPETENCIA DESLEAL**

La Organización se compromete a competir en los mercados de forma leal y a evitar toda conducta que constituya o pueda constituir un abuso o restricción ilícita de la competencia.

El compromiso se extiende al impulso de la libre competencia en beneficio de los clientes, cumpliendo las normas jurídicas en vigor. Se consideran actos de competencia desleal todos aquellos que contravengan las normas tanto estatales como autonómicas que tutelen la leal competencia.

## **7. CALIDAD Y MÉTODO**

La Organización aplicará los procedimientos de calidad que considere necesarios para asegurar el estricto cumplimiento con los compromisos con sus clientes, así como de la normativa y metodología aplicables, configurando una sistemática de trabajo especialmente diseñada para unir satisfactoriamente los servicios con las expectativas del cliente y contribuyendo a la imagen de calidad del Sector.

La Organización mediante la aceptación de su propuesta de servicios que contenga los términos y condiciones que regulen la relación y/o la firma del correspondiente contrato, adquiere el compromiso y la responsabilidad del buen fin del encargo, mediante la puesta a disposición de los recursos, medios y actividades tendentes al logro de los objetivos y prestaciones acordados, y deberá garantizar las revisiones de calidad necesarias, como elemento medidor de la satisfacción de dichas expectativas.

La Organización se obliga al cumplimiento de las normativas y procedimientos de las Certificaciones de Calidad a las que está voluntariamente sometido, así como a todas aquellas adquiridas por obligación contractual al inicio del encargo.

La Organización realizará una consideración integral de las expectativas en toda la relación proveedor-cliente, procurando que cada proyecto o servicio constituya una fuente de información para la identificación de oportunidades de mejora relevantes.

Este control asegura el cumplimiento con las exigencias de los clientes, así como el cumplimiento con la legislación aplicable y la normativa de uso.

## 8. INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

La autoridad profesional de la Organización se fundamenta en la capacitación y cualificación de los profesionales que la conforman. Por ello, se compromete a perfeccionar su conocimiento a través del desarrollo profesional de sus consultores, a garantizar, mediante la inversión en formación, que sus profesionales estén siempre en la vanguardia de las metodologías, procedimientos y técnicas necesarios para el desempeño de su actividad. Asimismo, y dado el carácter interdisciplinar, transversal y holístico de la responsabilidad social y la sostenibilidad, la Organización promoverá la colaboración, la búsqueda y la integración en este terreno de personas, conocimientos y experiencias provenientes de otros campos.

La Organización se distingue por sus competencias, su credibilidad y la contribución de soluciones adaptadas, respondiendo a las más altas exigencias de innovación y calidad. Por ello, utilizará técnicas y procedimientos de reconocida eficacia. En el caso en que durante el desarrollo del proyecto o servicio se deban de aplicar procedimientos o técnicas aún en desarrollo o no suficientemente probadas, se informará al cliente de los riesgos que supone esta situación.

## 9. IGUALDAD Y RESPETO

Las actividades de la Organización se desarrollan con un total respeto hacia los derechos fundamentales de todos sus integrantes, basados en las leyes y prácticas internacionales aceptadas, tales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo y los Principios del Global Compact de la ONU. En este sentido, se compromete:

- a reclamar, para sí y para quienes trabajen a sus órdenes el derecho a unas condiciones de trabajo dignas, tanto en lo que se refiere a la retribución, como a las circunstancias materiales y profesionales en las que debe desempeñar su tarea;
- a fomentar la formación y el desarrollo profesional de sus miembros;
- a comprometerse con la igualdad de oportunidades, el respeto a la diversidad y los principios de conciliación entre la vida personal, familiar y profesional, por lo que no ejercerá ni consentirá discriminación alguna en el ámbito profesional por razón de edad, raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional, origen social, discapacidad u orientación sexual;
- a involucrar a la Alta Dirección y a los integrantes del proyecto empresarial en un compromiso claro con la seguridad y salud laborales;
- a mantener una relación con sus grupos de interés observando un estricto cumplimiento de la legislación aplicable en cada momento y lugar y de la Declaración Mundial de los Derechos Humanos promulgada por la ONU;
- a respetar el medio ambiente, tratando de causar los mínimos efectos negativos sobre el mismo, comprometiendo a la Alta Dirección y a todos los miembros de la organización, desde la consideración de que uno de los Derechos Fundamentales es el mantenimiento de un entorno y un medio ambiente en el que poder desarrollar la vida, tanto en su ámbito laboral

como personal. Para ello se optará por las soluciones y procesos que impliquen mayor eficiencia y sostenibilidad;

- a cumplir enteramente con la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y con los Convenios Fundamentales de la Organización Mundial del Trabajo en lo referente a:
  - La libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva. La organización respeta el derecho de todos los empleados a formar y unirse a sindicatos y organizaciones de trabajadores de su elección y a organizarse y negociar colectivamente.
  - La eliminación de toda forma de trabajo forzado u obligatorio.
  - La exclusión cualquier posibilidad de trabajo infantil.

## 10. RELACIONES CON CLIENTES

Los miembros de la Organización deben actuar de forma íntegra con los Clientes, en permanente búsqueda de la máxima calidad de los productos y servicios, fomentando el desarrollo de unas relaciones a largo plazo basadas en la confianza y el respeto mutuos. Este Código implica también la necesidad de abstenerse de establecer relaciones comerciales con clientes cuya conducta no se ajuste al mismo.

La Organización deberá, asimismo, abstenerse de realizar proyectos o servicios en clientes afectados por una misma situación, cuando surja un conflicto de intereses entre ellos, exista riesgo de violación del secreto profesional, o pueda estar afectada su libertad e independencia. La Organización no aceptara ningún trabajo para que el que no se considere competente profesionalmente.

La relación de la Organización con el cliente debe fundarse en la transparencia. Se fomentará un trabajo conjunto y constructivo, de manera que ambos, cliente y Organización, consigan maximizar los beneficios de la colaboración.

La Organización se compromete a firmar para cada trabajo una hoja de encargo o propuesta, siempre que sea relevante o supere una cantidad mínima de facturación. Dicha hoja de encargo debe recoger claramente, en línea con la normativa aplicable, al menos los siguientes conceptos:

- El objetivo (medible, ajustado en el tiempo y realista) y el alcance de la colaboración.
- La metodología de trabajo a aplicar
- El programa de trabajo que identifique hitos, entregables y fechas estimadas de cumplimiento.
- Requisitos básicos (incluido, en su caso, esfuerzos estimados del cliente) y potenciales puntos críticos que pudieran presentarse.
- Honorarios y resto de gastos asociados al proyecto que vayan a ser facturados al cliente

La Organización se compromete a mantener informado al cliente sobre la evolución del proyecto/servicio encomendado, así como de todas aquellas resoluciones que fueran trascendentes en relación al mismo.

La documentación recibida del cliente será tratada con la diligencia y la confidencialidad debida y estará siempre a disposición del mismo, no pudiendo en ningún caso la empresa consultora retenerla. Su uso se realizará de acuerdo a lo citado en los artículos 4 y 5 del presente Código.

Es obligación de la Organización identificarse ante la persona para la que trabaja, incluso cuando lo haga por cuenta de un tercero a fin de asumir las responsabilidades civiles y deontológicas que, en su caso, correspondan.

En su labor con los clientes, la Organización los acompañará en el proceso de integración de la Responsabilidad social y la Sostenibilidad en su cultura, y procurará que, tanto sus actividades internas como las relaciones y diálogo con sus grupos de interés, sean coherentes con los valores de la Responsabilidad social y la Sostenibilidad.

## **11. RELACIONES CON OTROS CONSULTORES**

La Organización debe mantener lealtad, respeto y relaciones de compañerismo, absteniéndose del desprestigio de colegas, empresas de la competencia y de la profesión en general. Debe, asimismo, difundir una imagen honesta con sentido de la profesionalidad y transparencia. Por tanto, defenderá la práctica responsable de la consultoría en general, y del área de Responsabilidad Social y Sostenibilidad en particular, y promoverá el respeto y la cooperación con los otros profesionales del sector por encima de la competitividad.

Cuando se deban traspasar o continuar proyectos o servicios iniciados (o realizados hasta la fecha) por otra empresa o profesional del sector, se hará con rigor y objetividad profesional. Se deberá facilitar a dicha empresa toda la información de la que se dispusiere, respetando lo establecido en los artículos 4 y 5 del presente Código, y colaborar en lo necesario para garantizar la continuidad del servicio al cliente, debiendo ésta mantener siempre el más absoluto respeto por la empresa consultora anterior.

Las comunicaciones con otras empresas consultoras deben ser consideradas también de carácter confidencial o reservado.

## **12. RELACIONES CON TERCEROS**

Nuestro compromiso debe ir orientado a buscar la alineación de unos intereses comunes en beneficio de la sostenibilidad. Por ello la Organización busca en la contratación de proveedores y subcontratistas un equilibrio basado en la confianza y la gestión común en lo relativo a tecnología, información y formación al objeto de favorecer los procesos de innovación, creación y, en definitiva, generación de valor.

Para cumplir este objetivo, la Organización se compromete a contratar exclusivamente a subcontratistas o proveedores que igualmente observen las Leyes que les son de aplicación, en materia de derechos humanos, medioambiental, laboral y de cualquier otra naturaleza.

De esta forma, la Organización adquiere un compromiso de vigilancia sobre el comportamiento ético de sus proveedores y de tomar medidas inmediatas y completas en los casos en que el mismo no se ajuste al presente Código de Conducta.

En relación con las alianzas estratégicas que se establezcan, se ha de buscar una relación de colaboración basada en la confianza, la transparencia en el intercambio de información y la puesta en común de conocimientos, experiencias y capacidades, para alcanzar los objetivos comunes y el beneficio mutuo. En el ejercicio de estas relaciones se promueve la aplicación de los principios de este Código también por el personal de la organización del socio estratégico.

Los contratos y los convenios que se firmen con la administración pública obedecerán a las normas legales y respetarán las prescripciones morales, de forma transparente. Más que el cumplimiento de exigencias burocráticas, esto asegura relaciones justas y profesionales. Por este motivo, no se mostrará cualquier preferencia por actos o declaraciones de agentes gubernamentales y no se realizará cualquier tipo de comentario de naturaleza política, salvo la posibilidad de análisis realizados por representantes debidamente autorizados y habilitados. Los miembros de la Organización pueden expresar opiniones de carácter personal, siempre que haya una declaración expresa de que no representan la posición de la Organización.

Los miembros de la Organización deben evitar actividades que conduzcan a un conflicto entre sus intereses personales (o de cualquier miembro de su familia) y los intereses de la Organización. Para proteger este aspecto debe tenerse en cuenta lo siguiente:

- Ningún miembro de la Organización debe aceptar trabajos externos que puedan afectar su normal desempeño en el trabajo ni debe prestar servicios concurrentes con la actividad del mismo.
- No se deben hacer o mantener inversiones en ningún proveedor, cliente o competidor si dicha inversión puede afectar en algún sentido a la Organización.
- Ningún miembro de la Organización (ni tampoco sus familiares) debe aceptar obsequios, invitaciones, pagos o trato preferencial de personas o entidades, que tengan relaciones con la Organización, siempre que puedan influenciar o desvirtuar la relación profesional.
- Con el propósito de evitar que se presenten conflictos entre los intereses particulares y los intereses de la empresa y para propiciar una solución en caso de requerirse, todos los miembros de la Organización tienen la responsabilidad de declarar cualquier interés financiero o no financiero que puede entrar en conflicto con su función dentro de la empresa.
- Si algún miembro de la Organización considera que existen intereses personales que pueden influir en su desempeño en el trabajo, habrá de comunicárselo por escrito a su jefe inmediato.

- Cualquier transacción con empresas que tengan un vínculo personal serán comunicadas al Director General.

### **13. PUBLICIDAD**

La Organización se compromete a no realizar publicidad engañosa de la actividad de sus negocios y evitar toda conducta que constituya o pueda constituir un abuso o restricción ilícita de la competencia.

La Organización podrá realizar publicidad, que sea digna, leal y veraz, de sus servicios profesionales, con absoluto respeto a la dignidad de las personas, a la legislación existente sobre dichas materias, sobre defensa de la competencia y competencia desleal, ajustándose en cualquier caso a los principios recogidos en el presente Código.

### **14. HONORARIOS**

La Organización tiene derecho a percibir retribución u honorarios por su actuación profesional, así como el reintegro de los gastos que se le hayan causado. La cuantía y régimen de los honorarios será libremente convenida con el cliente para cada proyecto o servicio encargado (condiciones del encargo, alcance, plan de acción, honorarios) y será fijada en contrato, acuerdo o documento específico. En todos los casos se respetarán los principios recogidos en este Código y en particular las relativas a competencia desleal.

La Organización no podrá nunca pagar, exigir ni aceptar, retribuciones, gratificaciones, comisiones, ni ningún otro tipo de compensación para la intervención en la decisión en el otorgamiento de futuros proyectos/servicios, que puedan ser interpretados en cualquier medida y con independencia de su intención como un intento de influenciar en las relaciones profesionales con el cliente.

Los miembros de la Organización nunca deben solicitar, aceptar u ofrecer, ya sea directa o indirectamente, gratificaciones, sobornos o dádivas de ningún tipo. Esto incluye el intercambio indebido de dinero, préstamos, privilegios especiales, favores personales, beneficios o servicios. Cuando se tenga dudas acerca de si una transacción está permitida, se debe consultar al jefe inmediato.

En el ejercicio de una ciudadanía responsable, se destaca la necesidad de abstenerse de cualquier forma de soborno de autoridades o de funcionarios públicos, por medio de ventajas personales, aunque sea para cumplir las obligaciones o las propias rutinas de trabajo, procedimientos que pueden constituir infracción penal.

### **15. RESPONSABILIDAD CIVIL**

La Organización deberá tener cubierta, con medios propios o con el recomendable aseguramiento, su responsabilidad profesional, en cuantía adecuada a los riesgos que implique.

## 16. GARANTÍAS Y DIFUSIÓN

El presente Código debe servir como norma de conducta en todos los asuntos que MAS Business desarrolla en su actividad diaria, incluyendo las decisiones relativas al comercio, inversión, subcontratación, suministro y cualquier otro asunto y relación laboral.

El Código de Conducta, así como toda enmienda o actualización de los principios y normas en él establecidos, serán aprobados por Dirección General dando lugar a una nueva edición del mismo.

Cada edición del Código de Conducta que se origine por las revisiones que se realicen para su actualización entrará en vigor a partir del quinto día laborable posterior a la fecha de su aprobación por Dirección General, anulando y sustituyendo a la edición anterior.

La Organización deberá prever mecanismos de difusión periódica entre sus miembros de las disposiciones contenidas en el Código de Conducta.

El Código de Conducta deberá estar a disposición del público a través de la página Web de la institución y de quienes lo soliciten personalmente.

Los órganos de gobierno de MAS Business adquieren el compromiso de alentar el cumplimiento de este Código, potenciando su aplicación en todos los ámbitos. Se entiende que podrán surgir cuestiones que por su puntualidad o novedad sean difíciles de interpretar; para ello, se dará un tratamiento particularizado a aquellas cuestiones más difíciles de afrontar.

Son responsables de:

- a) Implementar el Código de Conducta, desarrollando las políticas de capacitación necesarias para que el personal conozca los principios éticos y buenas prácticas contenidas en el Código, así como las situaciones que se pueden suscitar en la operativa de la Organización.
- b) Establecer mecanismos efectivos para recibir las dudas y controversias que se susciten referentes a comportamientos éticos en el desempeño de las tareas, así como resolverlas con celeridad.
- c) Establecer procedimientos para garantizar la formulación de denuncias sobre comportamientos no éticos de manera confidencial y con independencia de la cadena jerárquica, y brindar una protección adecuada a los empleados que reporten prácticas ilegales, no éticas o cuestionables, de cualquier consecuencia negativa, directa o indirecta, fruto de su recta actuación.
- d) Verificar el cumplimiento del Código de Conducta, corregir y sancionar las desviaciones que se detecten.
- e) Informar a Dirección General acerca de la implantación del Código de Conducta y de las medidas adoptadas para fortalecer la cultura ética en la organización.

Es responsabilidad de cada miembro de MAS Business promover el cumplimiento de este Código. Para ello, se debe informar, por medio de los mecanismos establecidos, de cualquier aspecto que presente duda sobre las cuestiones recogidas en este Código y las violaciones potenciales del mismo. En caso necesario se realizarán investigaciones razonables y completas llevadas a cabo por los responsables designados en el procedimiento.

Las violaciones de los principios y normas de este Código han de ser objeto de denuncia, garantizando la Organización que ello no implicará en ningún caso consecuencias negativas para quienes demuestren ser claro ejemplo de compromiso al poner de manifiesto estas acciones contrarias al Código de Conducta.

No deben producirse acciones contrarias a este Código y si se producen se deben corregir inmediatamente, estando sujetas tales acciones a medidas disciplinarias, llegando incluso al cese del empleo.