

Código de Conducta de la Fundación Hazlo posible

1. Objetivo:

La Fundación Hazlo posible, como agente de cambio social y canal de participación ciudadana, debe garantizar un comportamiento ético intachable de todos sus colaboradores, bien sean personas o entidades que colaboran directamente con la Fundación, como personas trabajadoras o voluntarias, o empresas proveedoras de bienes o servicios, bien sea en su relación con otras personas o entidades con las que colaboran indirectamente como donantes, clientes, financiadores, etc.

En este sentido, se hace necesario definir un Código de Conducta que determine de forma clara las pautas y comportamientos a seguir en relación a la colaboración con la Fundación.

El alcance de este procedimiento se extiende a todas las personas que forman parte de los órganos de decisión y gestión de la organización, el Patronato, el voluntariado y personal contratado de Hazlo posible. Los principios y definiciones de este Código también se extienden a las relaciones que Hazlo posible tiene con otras organizaciones nacionales e internacionales y organizaciones externas (incluyendo, pero sin limitarse, a los socios/as que implementan programas, contratistas, donantes, etc.).

Siguiendo las pautas e indicaciones del Comité de Dirección, tal como se establece en el apartado 4, la responsabilidad de actualización de este documento pertenece al Responsable de Administración, que estará disponible para cualquier consulta y apoyo en la implementación de este código.

2. Criterios generales de la organización

2.1. Transparencia y gestión

La Fundación deberá actuar en todo momento conforme a la ley.

La gestión de la Fundación deberá ser responsable y leal, buscando en todo momento el logro de los objetivos de la institución.

La Fundación, como organización al servicio de la sociedad, debe facilitar a todo aquel que lo solicite información periódica sobre sus líneas de actuación,

programas, objetivos, forma de obtención de recursos, cantidad de los mismos y composición de sus órganos de gobierno.

La Fundación publicará anualmente una memoria con información sobre sus actividades, programas, recursos y órganos de gobierno.

2.2. Recursos económicos

Toda la actividad de captación de fondos que realice la Fundación se ajustará al marco legal, así como a los principios éticos establecidos en este Código, especialmente en lo referente al epígrafe 4 “Formas de comunicación, publicidad y uso de imágenes.”

Todas las actividades de captación de fondos deberán ser veraces y evitar mensajes engañosos, describir correctamente la identidad de la organización, no solicitar donaciones para aquellas acciones a las que la organización no vaya a poder responder adecuadamente y evitar el uso de tácticas de presión o culpabilizadoras.

La Fundación estará obligada a adjuntar la memoria económica que anualmente se realice y dará conocimiento de los datos económicos a sus socios y donantes y a las contrapartes con las que trabajen.

La Fundación, llevará a cabo auditorías económicas externas anuales de la organización, que estarán a disposición de todo aquel que las solicite.

La Fundación hará pública la distribución de sus gastos, especificando las cantidades destinadas a gastos de administración, así como la definición de los conceptos incluidos en el cálculo de dichos gastos.

2.3. Recursos humanos

Se respetará escrupulosamente la legalidad vigente cuando la relación entre la Fundación y las personas que aportan su trabajo sea de tipo laboral.

La Fundación adoptará las medidas necesarias para evitar que se produzca cualquier discriminación o exclusión de participar en la misma por razón de raza, sexo, nacionalidad o religión.

Así mismo, la Fundación desarrollará políticas internas que garanticen la efectiva igualdad de género y que favorezcan la participación de los colectivos más desfavorecidos en la institución.

La Fundación definirá claramente las relaciones con el personal voluntario, estableciendo sus condiciones y respetando los derechos de aquel. En ningún caso los cometidos que realice el personal colaborador social entrarán en conflicto con los cometidos susceptibles de ser realizados por el personal laboral.

Serán públicos los datos referidos al número total de personas (remuneradas y no remuneradas) al servicio de la Fundación.

3. Criterios generales de las relaciones de la Fundación

3.1. Relaciones con los ciudadanos

La Fundación, como canal de participación ciudadana, ha de asumir que constituye un instrumento de influencia efectiva en la sociedad. Por ello, una parte esencial de su labor deberá ir encaminada a:

- Afianzar y reforzar el protagonismo de la ciudadanía.
- Intensificar su relación con los poderes públicos, con el sector privado y con otros agentes sociales con el fin de influir positivamente en sus políticas. Todo ello dentro de un marco estratégico y basándose en los principios éticos definidos en este Código.
- Fomentar la movilización de la ciudadanía para denunciar, ejercer presión, buscar y proponer alternativas ante las injusticias que afectan a los colectivos más desfavorecidos.
- Buscar acuerdos y alianzas con otras organizaciones y movimientos sociales con los que existan coincidencias estratégicas.

Los criterios generales que guían estas relaciones son los siguientes:

- Protagonismo de los desfavorecidos, excluidos o empobrecidos de nuestra sociedad. Es preciso reconocer que los protagonistas de esta peculiar relación no son las organizaciones sociales, sino aquellos a los que se dirige la acción.
- Transparencia en nuestras acciones, referentes ideológicos, campañas, modos de financiación, uso de medios materiales y humanos, política laboral, etc., utilizando para ello los medios y recursos propios de las organizaciones.

- Comunicación e información constante hacia el resto de la sociedad, siendo conscientes de que hemos de ejercer una cierta educación cívica, que tiene en cuenta las imágenes parciales de la realidad que nos presentan los grandes grupos mediáticos. Asimismo, debemos aprovechar las posibilidades de participación en espacios comunicativos, tanto en los medios convencionales como en otros alternativos, potenciando el empleo de nuevas tecnologías.
- Responsabilidad en el momento de ofrecer mensajes a la sociedad, cuidando no caer ni en catastrofismos que conducen a la conmoción sentimental, ni en visiones idílicas que nos alejan de la realidad, ni buscando el resultado a cualquier precio.
- Favorecer la estimación y realización de los valores que humanizan y construyen una sociedad distinta a la actual, sensibilizando a la ciudadanía en los valores de la solidaridad, la paz, la justicia, la tolerancia y la igualdad, que no son en realidad los valores culturalmente vigentes.
- Independencia ante organismos públicos y privados e instituciones políticas o sindicales, evitando cualquier tipo de instrumentalización.

3.2. Relaciones entre la Fundación y otras ONG

La Fundación para alcanzar sus objetivos, procurará trabajar de modo coordinado y con espíritu de colaboración con otras ONG, evitando el trabajo aislado, la competitividad entre ellas y la duplicidad de las tareas.

La Fundación no llevará a cabo ninguna crítica ni denuncia contra otras organizaciones sin explicar los motivos y señalar las instituciones concretas a las que se refieren.

La colaboración de la Fundación con otras ONG debe tener las siguientes características:

- Respetar la autonomía de objetivos, medios humanos y financieros y filosofía de cada organización miembro.
- Facilitar la comunicación entre las organizaciones e informar sobre los temas comunes de interés para las mismas.
- Favorecer actuaciones conjuntas entre las organizaciones.
- Fomentar el trabajo a través de redes, vinculadas a territorios y problemáticas comunes, fomentando el desarrollo del tejido social.

- Coordinar acciones dirigidas a la opinión pública nacional e internacional, a las fuerzas sociales y políticas, a las instancias internacionales y a las Administraciones Públicas.

Para la buena realización de estos objetivos, la Fundación se comprometen a participar activamente en todas las estructuras de coordinación de las que forma parte.

3.3. Las relaciones con las empresas

Las relaciones de colaboración con empresas respetarán los valores de independencia, transparencia y eficacia, entre otros, que deben caracterizar el trabajo de la Fundación.

La Fundación respetará unos criterios mínimos, acordes con el cumplimiento de los principios contenidos en este Código. En concreto, las empresas con las que se establezca una colaboración deberá:

- Derechos humanos: respetar los derechos humanos cumpliendo con la legislación laboral vigente en los países en los que actúa y con los ocho convenios Fundamentales de la OIT.
- Respeto al medio ambiente: cumplir con la legislación vigente tanto en su país de origen como en cualquier otro país donde lleve a cabo sus actividades.
- No violencia: la actividad de la empresa y su capital no deben estar relacionados con la fabricación o el comercio de armas u otro producto de uso violento.
- Igualdad de género: respetar la igualdad entre el hombre y la mujer a todos los niveles.
- Salud pública: no producir o comercializar productos cuyo consumo sea perjudicial para la salud.
- Valores: no debe tratarse de una empresa que produzca o/y comercialice productos o servicios, o lleve a cabo campañas, cuya apreciación pública y valor social no encaje con la imagen y los valores de Fundación.

Si durante el tiempo que dure la colaboración con la empresa, se incumplen los criterios establecidos en este Código, supondrá la finalización inmediata de dicha colaboración.

3.4. Relación con donantes privados

La Fundación velará por que la procedencia de las donaciones que reciban no impida su libre actuación y no suponga obstáculo alguno para la consecución de

los objetivos que son propios. Respetará siempre la voluntad de donantes en lo que se refiere al destino final de sus fondos. Darán cumplimiento al derecho de éstos a recibir la correspondiente certificación de la donación.

3.5 Las relaciones con organismos públicos

La Fundación ha de mantener una relación con los organismos públicos que sea crítica y cordial, al mismo tiempo, basada en los valores de la claridad, la coordinación y la complementariedad, superando así la falsa dicotomía público/privado. Entre los rasgos que han de perfilar la coordinación por parte la Fundación en relación con las actuaciones públicas, entendemos que hemos de trabajar por:

- La denuncia de la vulneración de los derechos humanos, sociales y económicos que nos alejan de los mínimos de justicia que legitiman y conceden validez a un Estado de Derecho.
- La participación progresiva de las organizaciones sociales en la planificación, realización y evaluación de las políticas sociales y, en particular, de las políticas de inclusión.
- La autonomía institucional en la toma de decisiones respecto de cualquier instancia gubernamental, sin depender de los organismos públicos, con el fin de que puedan establecer con libertad sus objetivos y estrategias.
- La confluencia de una política de acuerdos a largo plazo, con carácter plurianual, tal como es y exige la misma acción social.
- La búsqueda de acuerdos sobre la simplificación de la burocracia y las obligaciones formales administrativas a las que tienen que someterse las entidades no lucrativas para solicitar, percibir y/o administrar las aportaciones económicas oficiales.
- La exigencia de transparencia tanto a los organismos públicos en la concesión, como a las organizaciones no lucrativas en su justificación.
- La diversificación de las fuentes de financiación de las organizaciones sociales, evitando la dependencia exclusiva de organizaciones públicas

4. Pautas de comunicación, publicidad y uso de imágenes

La comunicación para la Fundación es un instrumento de sensibilización y educación para el desarrollo y deberá servir para:

- Promover la toma de conciencia sobre los problemas del desarrollo; conocer y comprender las causas de la pobreza y sus posibles soluciones;

la interdependencia de todos los pueblos del planeta; la necesaria reciprocidad para un conocimiento mutuo y el respeto por las diferentes culturas.

- Aumentar la voluntad de participación ciudadana.

Para ello, la Fundación deberá respetar en su trabajo de comunicación las siguientes pautas:

- Propiciar el conocimiento objetivo de las realidades de los colectivos más desfavorecidos, reflejando su complejidad, los obstáculos con los que se enfrenta el desarrollo, la diversidad de las situaciones, los esfuerzos propios desplegados y los progresos realizados.
- Situar como protagonistas de la comunicación a las personas, las situaciones y los colectivos beneficiarios y no a la Fundación y a sus miembros.
- Mostrar absoluto respeto por la dignidad de las personas y de los pueblos.
- Destacar siempre los valores de la Fundación como son el compromiso, la creatividad, la energía y la diversidad.
- Promover la participación activa de las personas en la comunicación.
- Ser rigurosos en todos los trabajos de comunicación, teniendo en cuenta los distintos soportes comunicativos.
- Trabajar conjuntamente con los profesionales de los medios.

Reglas prácticas que deberá marcar la comunicación de la Fundación:

- El mensaje debe velar por evitar toda clase de discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, socioeconómica...).
- Toda persona debe ser presentada con la dignidad que le corresponde y las informaciones sobre su entorno social, cultural y económico deben ser mostradas a fin de preservar su identidad cultural y su dignidad.
- Evitar los mensajes e imágenes catastrofistas, idílicas y discriminatorias.
- Los obstáculos internos y externos al desarrollo deben aparecer claramente, subrayándose la dimensión de interdependencia y co-responsabilidad. Las causas de las miserias (políticas, estructurales, naturales) deben ser expuestas en los mensajes de la Fundación, subrayando los problemas de poder y de intereses contrapuestos y denunciando los medios de opresión existentes así como las injusticias cometidas.
- El mensaje debe ser concebido de manera que evite confusión y generalización.

- Debe ponerse de relieve la capacidad de las personas para hacerse cargo de sí mismas.
- Los testimonios de las personas interesadas deben ser utilizados con preferencia sobre las interpretaciones de terceros.

En los casos en que la comunicación se realice en el marco de una colaboración con otros socios (empresas, instituciones u organizaciones), la Fundación velará igualmente por el cumplimiento de las pautas mencionadas en este punto, propiciando la referencia expresa del Código en los acuerdos de colaboración realizados.

5. Difusión, aplicación y cumplimiento del código

5.1 Cumplimiento y aplicación del Código Ético

El Comité Ejecutivo, como órgano delegado del Patronato de Hazlo posible, tiene el compromiso del cumplimiento de este Código Ético, para lo cual:

- Dará seguimiento y promoverá la elaboración de los procedimientos y normas necesarios para su cumplimiento
- Asegurará que el Comité de Dirección toma las medidas necesarias para el cumplimiento de estas normas y procedimientos
- Asegurará la correcta y adecuada difusión del mismo, en los términos recogidos en el siguiente apartado

Por su parte, el Comité de Dirección, como responsable en el día a día del cumplimiento de este código, se encargará de:

- Proponer al Comité Ejecutivo los procedimientos y normas necesarios para su cumplimiento
- Desarrollar, mantener y asegurar el cumplimiento de los controles necesarios
- Informar al Comité Ejecutivo de cualquier incumplimiento del mismo y proponer le las medidas derivadas
- Informar y formar a todas las personas colaboradoras con la Fundación sobre el mismo
- Difundir este código en los términos recogidos en el siguiente apartado

5.2. Difusión

La difusión del Código tiene como objetivos:

- Clarificar el concepto, los objetivos y las actuaciones (prácticas) de la Fundación.

- Garantizar los principios de transparencia, democracia interna y austeridad en la actuación de la Fundación.
- Dar a conocer a la sociedad española los criterios de actuación aceptados por la Fundación.

El Código de Conducta de la Fundación deberá ser conocido por:

- Todas las personas trabajadoras y voluntarias de la organización
- Los socios y colaboradores (de cualquier tipo) que deseen conocerlo.
- Las administraciones públicas que colaboran con la Fundación y todas aquellas otras que lo deseen.
- Los medios de comunicación, empresas y cualquier otra institución que colabore habitualmente con la Fundación.
- La opinión pública en general.