



CLUB DEPORTIVO SOCIAL Y CULTURAL
CRUZ AZUL, A.C.

Código de Ética de la Radiodifusora Azul FM.



ÍNDICE.

Introducción.

Misión.

Visión

Capítulo 1. Marco Legal.

Capítulo 2. Disposiciones Generales.

Capítulo 3. Principios Rectores.

Capítulo 4. Valores Morales.

Capítulo 5. Portal Web y Redes sociales.

Capítulo 6. Alcances del Código.

Capítulo 7. Modelo de actuación.

Anexo: Reglas de integridad del personal de la Radiodifusora Azul FM.



INTRODUCCIÓN.

El origen de la radiodifusora data del año de 1986, por iniciativa de un grupo de trabajadores cooperativistas de Lagunas Oaxaca y con el apoyo del Club Deportivo, se propone a la Presidencia del mismo, adquirir equipos e iniciar transmisiones que respalden la comunicación local de las zonas urbanas y rurales inmediatas a la fábrica. Este proceso de inicio se sustentó en una transmisión de potencia de 6 watts, comprendiendo un radio de alcance de 1.5 Km.

Con ello se inician las gestiones ante las autoridades para contar con la frecuencia de banda F.M.

El propósito fundamental era dar apoyo a la comunidad, orientar y difundir campañas de salud pública del Club, de protección civil, generar enlaces educativos entre escuelas y comunidad, así como dar respaldo a las autoridades municipales, comunales y estatales para la difusión de sus mensajes y acciones solidarias de beneficio social, alternando con música, noticias y entretenimiento.

Posteriormente la cobertura se extiende a un radio de 5 Km. A objeto de dar respaldo a la comunidad del municipio del Barrio de la Soledad Oaxaca y poblados cercanos a la planta cementera. La cabina de transmisión e instalaciones se ubicaron en el cerro del Mirador, colindantes a la unidad deportiva del Club, en la población de Lagunas, Oax.

A partir de febrero de 1999 se puso en operación un nuevo equipo ubicado en el cerro Palmasola, con una potencia radial aparente de 3.0 Km. Clase (B1) en la frecuencia 103.9 MHz., bajo el distintivo XHCA-FM cubriendo un radio geográfico aproximado de 150 Km. y una población potencial de 650,000 habitantes, que incluye ciudades que están entre Salina Cruz, Oaxaca, hasta Acayucan, Veracruz y sus poblados circunvecinos.

Desde sus inicios surge con el nombre de Estéreo Amistad (86-99), posteriormente Azul Estéreo (99-2003), y a partir del primero de marzo de 2003 Azul F.M.

En la actualidad, el aspecto ético debe tener mucha importancia en el proceso de formación integral de las personas, ya que de ello dependerá el buen



desarrollo de principios y valores morales en la base de la superación personal y colectiva.

Considerando que la libertad no se ejerce sin responsabilidad, los medios de comunicación tienen el privilegio de dirigirse con sus mensajes a sus radioescuchas; contrayendo así, una serie de responsabilidades, compromisos y deberes que deben estar fundamentados en la ética con el fin de generar confianza y un clima laboral saludable.

MISIÓN DE LA RADIODIFUSORA.

Ofrecer a las comunidades del Istmo de Tehuantepec y regiones circunvecinas entretenimiento e información noticiosa, mediante una programación temática y musical atractiva que difunda la cultura en sus diferentes manifestaciones, los valores institucionales, promueva la imagen Cruz Azul y contribuya al bienestar y desarrollo social de la población en general.

VISIÓN DE LA RADIODIFUSORA.

Lograr su consolidación e impulsar su desarrollo y crecimiento, mediante la rentabilidad de sus servicios como una unidad de negocio con enfoque eminentemente social, respaldando su operación en forma trascendente y con el soporte de los avances de las ciencias de la comunicación, la tecnología y la calidad de sus recursos humanos, manteniendo siempre el primer lugar de preferencia en la región del sureste a la que llegan sus transmisiones.



CAPÍTULO 1: MARCO LEGAL.

1.- Norman el presente marco, lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en los siguientes artículos:

Primer párrafo del artículo 6º. Apartado B, fracción VI que a la letra cita:

Título Primero

Capítulo I

De los Derechos Humanos y sus Garantías.

Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:

VI. La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección.

Artículo 28 Párrafos décimo quinto y décimo sexto, que a la letra cita:

El Instituto Federal de Telecomunicaciones es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijen las leyes. Para tal efecto, tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución.



El Instituto Federal de Telecomunicaciones será también la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que este artículo y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica y regulará de forma asimétrica a los participantes en estos mercados con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia; impondrá límites a la concentración nacional y regional de frecuencias, al concesionamiento y a la propiedad cruzada que controle varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica, y ordenará la desincorporación de activos, derechos o partes necesarias para asegurar el cumplimiento de estos límites, garantizando lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución

2.- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en los siguientes artículos:

Capítulo II

De la Competencia de las Autoridades

Sección I

Del Instituto

Artículo 7. El Instituto es un órgano público autónomo, independiente en sus decisiones y funcionamiento, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión en el ámbito de las atribuciones que le confieren la Constitución y en los términos que fijan esta Ley y demás disposiciones legales aplicables.



TÍTULO SEGUNDO

Del Funcionamiento del Instituto.

Capítulo I

Del Instituto.

Sección I

De las Atribuciones del Instituto y de su Composición.

Artículo 15. Para el ejercicio de sus atribuciones corresponde al Instituto:

Fracción LIX. Ejercer las facultades de vigilancia en materia de derechos de las audiencias para, en su caso, imponer las sanciones a que se refiere el artículo 311, incisos b) y c), de la presente Ley

Capítulo IV

De los derechos de las audiencias.

Sección I

De los Derechos

Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución. Son derechos de las audiencias:

I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;



II. Recibir programación oportuna que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

III. Se deroga.

IV. Que los concesionarios se abstengan de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Se entenderá que se transmite publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, cuando un concesionario inserta dentro de su programación informativa un análisis o comentario editorial cuyo tiempo de transmisión ha sido contratado por un anunciante, sin que tal circunstancia se haga del conocimiento de la audiencia. En su Código de Ética, los concesionarios señalarán los elementos y prácticas que observarán para prevenir y evitar incurrir en la prohibición a que se refiere esta fracción;

V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;

VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;

VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;

VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;

IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y

X. Los demás que se establezcan en otras leyes, exclusivamente.

Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán contar con un Código de Ética, que, bajo un principio de autorregulación, tendrán por objeto informar al público en general la forma detallada como el propio



concesionario se compromete a respetar y promover todos y cada uno de los derechos de las audiencias enumerados en el presente artículo. Los Códigos de Ética se difundirán en el portal de Internet de cada concesionario; serán presentados al Instituto para su inscripción en el Registro Público de Concesiones 15 días después de su emisión por parte del concesionario; regirán integralmente la actuación del defensor de la audiencia, e incluirán los principios rectores que se compromete a respetar el concesionario ante la audiencia.

El Código de Ética será emitido libremente por cada concesionario y no estará sujeto a convalidación o a la revisión previa o posterior del Instituto o de otra autoridad, ni a criterios, directrices, lineamientos o cualquier regulación o acto similar del mismo Instituto u otra autoridad.

En la aplicación de lo dispuesto en el presente Capítulo, el Instituto deberá garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos y proveerá para que se adopten medidas que no regulen de manera diferenciada en perjuicio de los contenidos generados en México respecto de los generados en el extranjero.

Sección III.

De la Defensoría de Audiencia.

ARTÍCULO 259. Los concesionarios que presten servicio de radiodifusión deberán contar con una defensoría de audiencia, que podrá ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios o a través de organismos de representación. El defensor de la audiencia será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia.

La actuación del defensor de la audiencia se sujetará, exclusivamente, al Código de Ética del concesionario, y únicamente rendirá cuentas a la audiencia y a las instancias que, en su caso, prevea el propio Código de Ética.



Cada concesionario que preste servicio de radiodifusión fijará el periodo de encargo del defensor de la audiencia, el que podrá ser prorrogable hasta por dos veces. Los concesionarios designarán libremente al defensor de la audiencia, sin que el Instituto u otra autoridad tengan facultades para intervenir u opinar de manera previa o posterior a ello.

La actuación de los defensores de las audiencias se ajustará a los criterios de imparcialidad e independencia, cuya prioridad será la de hacer valer los derechos de las audiencias, según los códigos de ética que haya firmado o a los que se haya adherido cada concesionario.

El nombramiento de los defensores de las audiencias deberá inscribirse en el Registro Público de Concesiones, dentro de los 15 días siguientes a la fecha en que ello se haya llevado a cabo por parte del concesionario.

Los defensores de audiencia determinarán los mecanismos para la difusión de su actuación, entre los cuales podrán optar por correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico, las cuales deberán contar con funcionalidades de accesibilidad para audiencias con discapacidad, siempre y cuando no implique una carga desproporcionada.

Capítulo IV

Sanciones en materia de Transmisión de Mensajes Comerciales y Derechos de las Audiencias.

Artículo 311. Corresponde al Instituto sancionar conforme a lo siguiente:

b).- Con multa por el equivalente de 0.51% hasta el 1% de los ingresos del concesionario, autorizado o programador, por:

I. No poner a disposición de las audiencias mecanismos de defensa;

II. No nombrar defensor de las audiencias o no emitir códigos de ética, o

c) Con multa de 100 a 500 salarios mínimos diarios vigentes en el Distrito Federal al defensor de las audiencias por:



I. No cumplir con las obligaciones establecidas en los artículos 259 y 261 de esta Ley,
o

II. Se deroga.

3.- Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Capítulo II

De la organización del Instituto.

Artículo 4. Para el ejercicio de sus funciones y el despacho de los asuntos que le competen, el Instituto contará con la siguiente estructura:

V. Unidades de:

IV) Medios y Contenidos Audiovisuales.

Capítulo XIV

De la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales.

Artículo 39. La Dirección General de Análisis de Medios y Contenidos Audiovisuales tendrá a su cargo el análisis de medios y contenidos audiovisuales, así como la implementación de la política en dichas materias. Corresponde a esta Dirección General ejercer las siguientes atribuciones:

V. Implementar los mecanismos correspondientes y vigilar el cumplimiento de las obligaciones en materia de defensa de las audiencias en términos de la Ley de Telecomunicaciones.



CAPÍTULO 2. DISPOSICIONES GENERALES.

El presente Código orientará la conducta del prestador del servicio en sus relaciones con la ciudadanía, las instituciones, superiores, dependientes, colegas y consigo mismo.

Este Código tiene como objetivo establecer los principios éticos que regulen la conducta con el fin de fomentar el desarrollo personal, profesional, el respeto, el desarrollo de hábitos y actitudes que permitan el cumplimiento de los fines institucionales.

Para los efectos del presente Código de Ética, se entenderá por:

Marco Rector: Documento que establece las directrices de la Radiodifusora Azul FM.

Código de Ética: Instrumento emitido por el Club Deportivo Social y Cultural Cruz Azul A.C., con el fin de orientar la conducta del prestador del servicio en el desempeño de sus cargos, empleos o comisiones ante situaciones que deriven de las actividades propias de la Radiodifusora.

Ética del Prestador del Servicio: Promover una nueva cultura y visión asentada en los valores morales que guían su conducta a favor del beneficio social.

Prestador del servicio: En general, toda persona que desempeñe un cargo, un empleo o comisión de cualquier naturaleza vinculada con la Radiodifusora Azul FM.

Defensor de las audiencias: Responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia.

Alfabetización Mediática.- Acciones que tienen la finalidad de promover la capacidad de análisis, comprensión y evaluación que permitan a las Audiencias, ejercer los derechos inherentes a tal carácter para la eficiente utilización de los contenidos audiovisuales proporcionados a través del Servicio de Radiodifusión y del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos.



CAPÍTULO 3. PRINCIPIOS RECTORES.

Como Prestador del Servicio, en la estación Radiofónica Azul FM; se aplican los siguientes:

1.- **LEGALIDAD:** Se hace sólo aquello que las normas expresamente les confieren y en todo momento someten su actuación a las facultades que las leyes, reglamentos y demás disposiciones jurídicas les atribuyen a su cargo, empleo o comisión.

2.- **HONRADEZ:** Se conducen con rectitud sin utilizar su cargo, empleo o comisión para obtener algún beneficio, provecho o ventaja personal o a favor de terceras personas, ni buscan o aceptan compensaciones, prestaciones, dádivas, obsequios o regalos de cualquier persona u organización.

3.- **LEALTAD:** Quienes participan en las actividades de la radiodifusora, corresponden a la confianza que la estación de Radio Azul FM; les ha otorgado y satisfacen los principio que guían nuestra conducta por encima de los intereses particulares.

4.- **IMPARCIALIDAD:** En la estación de Radio Azul FM; los prestadores del servicio dan a la población el mismo trato, no conceden privilegios o preferencias a personas u organizaciones, ni permiten que influencias, intereses o prejuicios afecten su compromiso para ejercer sus funciones de manera objetiva.

5.- **EFICIENCIA:** En la estación de Radio Azul FM; los trabajadores que brindan el servicio actúan conforme a una cultura de trabajo orientada al logro de resultados, procurando en todo momento un mejor desempeño de sus funciones a fin de alcanzar las metas institucionales de acuerdo a sus responsabilidades.



CAPÍTULO 4. VALORES MORALES EN LA RADIODIFUSORA AZUL FM.

1.- **INTERÉS PÚBLICO:** En la estación de Radio Azul FM; se actúa buscando en todo momento la máxima atención de las necesidades y demandas de la sociedad por encima de intereses personales.

2.- **RESPECTO:** Quienes laboran en la estación de Radio Azul FM; otorgan un trato digno y cordial a las personas, considerando sus derechos, de tal manera que propician el diálogo cortés y la aplicación armónica de instrumentos que conduzcan al entendimiento.

3.- **RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS:** En la estación de Radio Azul FM; se cumplen con los derechos humanos y en el ámbito de sus competencias y atribuciones, los garantizan, promueven y protegen de conformidad con los principios de Universalidad para todas las personas; Interdependencia que implica que los derechos humanos se encuentran vinculados entre sí; Indivisibilidad que refiere que los derechos humanos conforman una totalidad, y de Progresividad que prevé que los derechos humanos están en constante evolución.

4.- **IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN:** En la estación de Radio Azul FM; laboramos sin distinción, exclusión, restricción, o preferencia basada en el origen étnico o nacional. Color de piel, cultura, sexo, género, edad, discapacidades, condición social, económica, de salud, de religión, filiación política, idioma o cualquier otro motivo.

5.- **EQUIDAD DE GÉNERO:** Quienes participan en las labores de la Radiodifusora Azul FM; garantizan que tanto mujeres como hombres accedan con las mismas condiciones, posibilidades y oportunidades a las actividades de la radio.

6.- **ENTORNO CULTURAL Y ECOLÓGICO:** Quienes laboran en Azul FM; asumen una voluntad de respeto a la cultura y medio ambiente, ya que en el ejercicio de sus atribuciones promueven su protección, conservación y difusión.

7.- **INTEGRIDAD:** En la estación de radio Azul FM; las labores se realizan de manera congruente con los principios que se deben observar en el desempeño de su actividad, convencidos de ajustar su conducta para que impere en su desempeño una ética que responda al interés social.



8.- **COOPERACIÓN:** Quienes prestan sus servicios en Azul FM; colaboran entre sí y propician el trabajo en equipo para alcanzar los objetivos comunes previstos en el marco rector.

9.- **LIDERAZGO:** Quienes laboran en la estación Azul FM; son promotores del Código de ética y de las reglas de integridad; fomentan y aplican en sus funciones el marco jurídico, así como los valores morales que por su importancia son intrínsecos al servicio.

10.- **CONFIDENCIALIDAD:** Se protegerán los datos personales, de los sujetos, instituciones o dependencias que se vinculen con las actividades de la radiodifusora.

11.- **VERACIDAD:** La información difundida debe estar respaldada en el ejercicio razonable de investigación y comprobación en la realidad.

CAPÍTULO 5. PORTAL WEB Y REDES SOCIALES.

1.- Ninguna persona que labore en la Radiodifusora Azul-FM., podrá abrir y administrar su portal web o cuentas de redes sociales donde se involucre directa o indirectamente a la Radiodifusora.

2.- Las cuentas institucionales de las redes sociales sólo serán administradas por el jefe de la radiodifusora; quien podrá apoyarse bajo su responsabilidad en un colaborador que el designe.

3.- Los contenidos para el portal web y las redes sociales de la Radiodifusora Azul-FM deberán sujetarse al presente Código de Ética.

4.- La Radiodifusora Azul-FM. reitera que no se prestará al manejo de mensajes ofensivos, por lo cual serán borrados de sus redes y en caso de continuar enviándolos, las o los usuarios serán bloqueados.

5.- Ninguna de las cuentas de las redes sociales de la Radiodifusora será utilizada para la comunicación con menores de edad, ello con el fin de evitar su posible uso irresponsable.



CAPÍTULO 6. ALCANCES DEL CÓDIGO.

Las normas, principios y valores morales establecidos en el presente Código, se aplican sin restricciones a:

- 1).- Todo el personal de Azul FM; independientemente de su régimen laboral o relación contractual; su aplicación se extiende a toda persona que se relaciona directa o indirectamente en la prestación del servicio.
- 2).- Tanto en las relaciones interpersonales de los trabajadores de la radio, como en su trato hacia el público.

CAPÍTULO 7. MODELO DE ACTUACIÓN.

El presente modelo, tiene como objetivo establecer un procedimiento sencillo y accesible para la atención y seguimiento a los casos presentados por incumplimiento al Código ético.

- a).- Diagrama de procedimiento de atención a los casos ante el defensor de las audiencias.
- b).- Recepción de casos de atención.
- c).- Análisis del caso.
- d).- Proceso de conciliación.
- e).- Métodos de atención de los casos.
- f).- Medidas de atención o solución problemas.

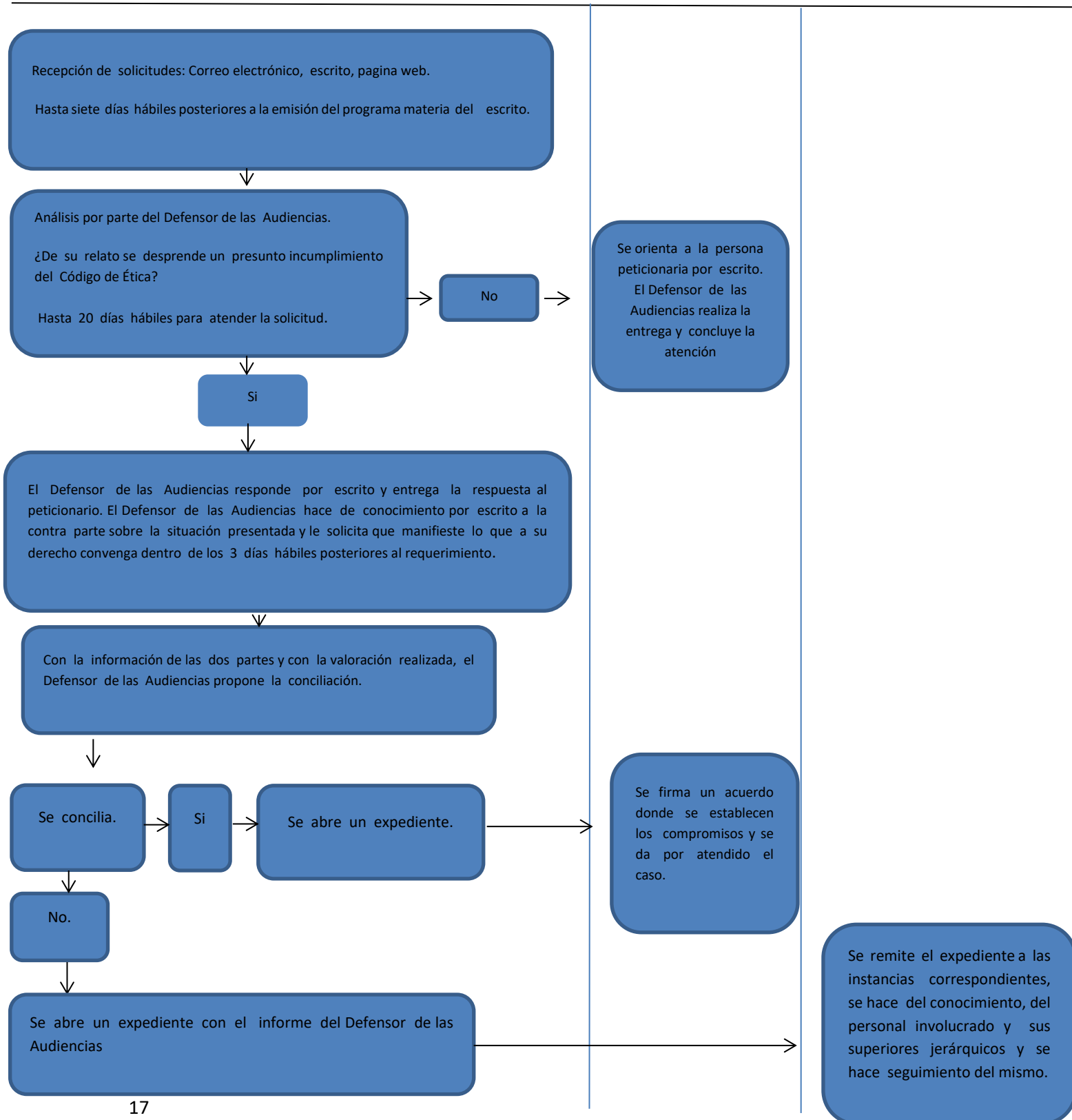


a).- Diagrama de Procedimiento de atención a los casos ante el Defensor de las Audiencias.

Defensor de las Audiencias.

Persona peticionaria.

Instancias Externas.





b).- Recepción de casos de atención.

Para la recepción de solicitudes de atención, se establecen los siguientes mecanismos:

- 1).- Correo electrónico.
- 2).- Escrito entregado al Defensor de las Audiencias
- 3).- Pagina Web del Club Deportivo Social y Cultural Cruz Azul, A.C.

La persona solicitante recibirá confirmación de recibido y fecha de análisis.

Los requisitos para realizar una solicitud de atención son los siguientes:

- 1).- Nombre de la persona peticionaria y presunta agraviada.
- 2).- Datos de localización: Dirección, número telefónico y correo electrónico.
- 3).- Incumplimiento al Código Ético, como son: actos ,omisiones o prácticas sociales discriminatorias, de los cuales deberá determinar circunstancias de tiempo, modo y lugar.
- 4).- Datos de identificación de la persona a la que se le imputan los hechos: nombre, área, circunstancias de tiempo, modo y lugar.

c).- Análisis del caso.

El análisis de la solicitud de atención deberá realizarse por el Defensor de las audiencias en la siguiente sesión ordinaria, posterior a la recepción de la solicitud.

Los casos que sean graves y donde se encuentre involucrado el derecho a la vida, a la salud, a la integridad personal, libertad y seguridad, serán atendida en una sesión extraordinaria.



d).- Proceso de conciliación.

Recabar en el primer contacto que se tenga con la persona peticionaria y con la contraparte la siguiente información:

- 1).- Hechos.
- 2).- Involucrados.
- 3).- Cuándo ocurrieron.
- 4).- Dónde y cómo se presentaron.
- 5).- En caso de haber testigos, nombres y formas de localizarlos.
- 6).- Es importante, considerar que motivó el hecho, es decir, la causa que dio origen a dicho trato.
- 7).- Determinar si hubo un trato diferenciado en comparación con las demás personas.
- 8).- Identificar si ya notificó el hecho a otras instancias o a otras personas de la propia dependencia, para investigar la atención que se le dio de su parte.
- 9).- Preguntarle cuál es su pretensión, es decir, que es lo que quiere que realice el Defensor de las audiencias. De acuerdo a la pretensión se puede identificar si la solución que se le dará puede ser inmediata mediante un proceso de conciliación.

e).- Métodos de atención de los casos.

- 1).- Método de conciliación.

Este tipo de casos, se basa principalmente en las necesidades o pretensiones de la persona que realizó la solicitud de atención y se emplea cuando puede solventarse la problemática mediante la conciliación de las partes.

Durante el proceso de conciliación ambas partes deberán ser escuchadas y el defensor de las audiencias valorará sus dichos, con el fin de plantear propuestas



de solución y/o medidas de atención al caso, las cuales informará a las partes, para que en caso de estar de acuerdo se convengan y se lleven a cabo, dando por atendido el caso.

2).- Método de seguimiento.

Algunos casos no podrán ser atendidos en forma conciliatoria, debido a su complejidad en donde se requiere la intervención de otras instancias.

Una vez que se haya determinado o no la existencia de actos, omisiones o prácticas sociales discriminatorias de la investigación, el Defensor de las Audiencias debe preparar un informe detallado para remitirlo a las autoridades correspondientes, el cual se hará del conocimiento de las personas involucradas y de los superiores jerárquicos.

f).- Medidas de atención o solución propuestas.

En el momento de establecer una medida para la atención de un caso u omisión discriminatoria, ésta debe ir encaminada a restituir en su derecho vulnerado a la persona agraviada.

Cuando se detecte una política institucional contraria al Código Ético, se recomienda incorporar la anotación correspondiente en el informe y enviar copia al área que de conformidad con su competencia esté facultado para modificarla.

ANEXO.

Con fundamento en el artículo 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que tiene por objeto elaborar el Código de Ética de las Radiodifusoras, las reglas de integridad para el ejercicio de las funciones de Azul FM; y para implementar acciones permanentes enunciativas y no limitativas, que favorezcan su comportamiento ético, se establecen las siguientes:



Reglas de integridad del personal de la Radiodifusora Azul FM.

1.- Conducta.

Quien desempeñe una labor, conduce su actuación con transparencia, honestidad, lealtad, cooperación y con una clara determinación al interés social.

Vulneran esta regla, lo siguiente:

- a).- Abstenerse de ejercer las atribuciones y facultades que le confieren sus labores.
- b).- Utilizar las atribuciones de su cargo, empleo, comisión o funciones para beneficio personal o de terceras personas.
- c).- Ignorar las recomendaciones de las instituciones protectoras de los derechos humanos y de prevención de la discriminación.
- d).- Hacer proselitismo político durante su jornada laboral.
- e).- Utilizar recursos humanos, materiales o financieros para fines distintos a los asignados.
- f).- Asignar o delegar responsabilidades y funciones sin apegar a las disposiciones normativas aplicables.
- g).- Permitir que personal dependiente incumplan total o parcialmente en su jornada laboral.
- h).- Dejar de establecer medidas preventivas al momento de ser informado por escrito de una posible situación de riesgo o de conflicto de interés.
- i).- Hostigar, agredir, amedrentar, acosar, intimidar, extorsionar o amenazar a personas subordinadas o compañeros de trabajo.
- j).- Dejar de colaborar y de propiciar el trabajo en equipo para alcanzar los objetivos comunes previstos en el marco regulatorio.
- k).- Obstaculizar la generación de soluciones a problemas que se presenten para el logro de las metas institucionales.



2).- Trámites y servicios.

Quienes participan en el servicio de la estación Radiofónica, atienden a los usuarios en forma respetuosa, eficiente, oportuna, responsable.

Vulneran esta regla, de manera enunciativa y no limitativa, lo siguiente:

- a).- Ejercer una actitud contraria de servicio, respeto y cordialidad en el trato.
- b).- Otorgar información falsa sobre procesos y requisitos para acceder a trámites y servicios.
- c).- Recibir o solicitar cualquier tipo de compensación, dádiva, obsequio o regalo en la gestión que se realice para el otorgamiento del servicio.

3.- Control interno.

Quienes participen en procesos de control interno, genera, obtiene, y utiliza información suficiente, oportuna, confiable y de calidad, apegándose a los principios de legalidad e imparcialidad.

Vulneran esta regla, de manera enunciativa y no limitativa, lo siguiente:

- a).- Dejar de comunicar los riesgos asociados al incumplimiento de objetivos institucionales.
- b).- Omitir diseñar o actualizar las políticas o procedimientos necesarios en materia de control interno.
- c).- Inhibir las propuestas que tiendan a mejorar o superar deficiencias de operación, procesos, de calidad de trámites y servicios, o de comportamiento ético.
- d).- Eludir establecer estándares o protocolos de actuación en aquellos trámites o servicios de atención directa al usuario.



**CLUB DEPORTIVO SOCIAL Y CULTURAL
CRUZ AZUL, A.C.**

APROBACIÓN.

El presente Código de Ética entrará en vigor quince días después de ser autorizado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones.