
	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

# Código de conducta y buenas prácticas corporativas de Marca Franca

<b>1 Marca Franca</b>	<b>2</b>
<b>2 Ámbito de aplicación</b>	<b>2</b>
<b>3 Nuestros valores</b>	<b>2</b>
<b>4 Relación con personas clientas y proveedoras</b>	<b>3</b>
<b>5 Confidencialidad de la información y protección de datos</b>	<b>4</b>
<b>6 Seguridad informática</b>	<b>4</b>
<b>7 Recursos</b>	<b>5</b>
<b>8 Protección de la propiedad intelectual e industrial</b>	<b>6</b>
<b>9 Actividades externas</b>	<b>7</b>
<b>10 Prevención de la corrupción</b>	<b>8</b>
10.1 Política anticorrupción	8
10.2 Conflicto de intereses	8
10.3 Política de regalos	9
10.4 Patrocinios y donaciones	9
<b>11 Transparencia y rigor financiero</b>	<b>9</b>
11.1 Transparencia financiera	9
11.2 Blanqueo de capitales	10
<b>12 Control del cumplimiento</b>	<b>10</b>

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

<b>13 Canal Responsable</b>	<b>12</b>
<b>14 Régimen disciplinario</b>	<b>12</b>
<b>15 Entrada en vigor y revisión</b>	<b>13</b>

## 1. Marca Franca


Marca Franca es una empresa de base tecnológica que nace en 2013 con el propósito de integrar las tecnologías de la información con el derecho. Ante el vertiginoso cambio tecnológico de las últimas décadas, está decidida a ser parte del cambio de paradigmas en la gestión de la información. Su propósito es que las personas y las organizaciones hagan uso, de forma consciente y consistente, de su propio rastro digital, dejando su testimonio ante quien consideren oportuno, de forma estructurada y rigurosa.

## 2. Ámbito de aplicación

El presente Código vincula a todas las personas, físicas o jurídicas, que desempeñan tareas directamente en Marca Franca o actúan en su nombre o representación, a quienes se comunicará de forma expresa, si bien estará siempre accesible a través de la página web de Marca Franca. Cuando se requiera, para asegurar el cumplimiento de los valores y principios que establece y sea posible por la naturaleza de la relación, su contenido podrá hacerse extensivo, total o parcialmente, a cualquier otra persona, física o jurídica, que se relacione con la organización (proveedoras, socias...).

## 3. Nuestros valores

- **Compromiso.** Marca Franca no entiende la prestación de servicios técnico-jurídicos sin una relación de total confianza con sus personas clientas, por lo que el compromiso con los acuerdos adquiridos y con las relaciones establecidas con ellas es una de las señas de identidad de la organización.
- **Rigor.** La propuesta de valor de Marca Franca consiste en dejar constancia de las soluciones que las personas clientas tienen para garantizar el adecuado funcionamiento de sus organizaciones. El rigor en los procesos de análisis, implantación y seguimiento de nuestros servicios es fundamental para llevarlos


	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

a cabo. Entendemos por rigor la escrupulosa observancia de los servicios ofertados.

- **Confidencialidad y transparencia.** Marca Franca se centra en el método, no en el dato. Su cometido es cómo procesar la información, no conocer el contenido de dicha información. En Marca Franca, la privacidad es por diseño, por defecto y por concepto.
- **Inconformismo y vanguardia.** Marca Franca entiende que su trabajo es un proceso creativo de mejora continua de los servicios que presta. El estado del arte de la tecnología y las vanguardias del conocimiento son su guía de desarrollo. Marca Franca evoluciona innovando y avanzando y espera de las personas que se relacionan con ella que sean acicates y partícipes de esta evolución.
- **Integración social.** Porque considera que la actividad empresarial ha de ser una parte más del desarrollo de la sociedad, Marca Franca hace suyos los valores de igualdad, solidaridad y respeto.

## 4. Relación con personas clientas y proveedoras

Ante las personas clientas, ha de actuarse siempre con honestidad, profesionalidad y rigor, explicando, de forma transparente, lo que marca Franca ofrece. No hay de proporcionar información ni realizar actos que puedan ser interpretados como un posible engaño para conseguir una contratación que no se habría producido de otro modo. Deben cumplirse los compromisos alcanzados y estarse siempre en disposición de escuchar. A las empresas proveedoras, por su parte, ha de exigírseles eficiencia y adecuación a lo pactado. En todo caso, ante cualquier relación, hay que tratar de que sus pormenores queden recogidos en los documentos correspondientes, en los que habrá que incluir, siempre que sea posible, una cláusula sobre el Programa de Cumplimiento Normativo de Marca Franca.

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

## 5. Confidencialidad de la información y protección de datos


Las personas sujetas a este Código están obligadas a guardar la más estricta confidencialidad sobre la información de carácter no público que conozcan en y por el ejercicio de su actividad, sin que, en ningún caso, pueda ser utilizada en beneficio propio o comunicada a terceras personas, salvo previa autorización expresa de la persona responsable. El deber de confidencialidad se extiende fuera del horario laboral y perdurará, incluso, tras la ruptura del vínculo, laboral o mercantil, de cada persona con Marca Franca. Tampoco se podrán utilizar informaciones de carácter reservado o confidencial procedentes de otras empresas sin su expresa autorización por escrito.

Marca Franca cuenta con un programa específico de protección de datos de carácter personal que establece controles para asegurar la privacidad de sus datos y los de las personas físicas con las que se relaciona. Igualmente, y desde una perspectiva técnica, adopta medidas organizativas y de seguridad que garantizan la intangibilidad de esos datos, preservándolos de su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, independientemente del soporte en el que se encuentren. El personal de Marca Franca que, por razón de su actividad profesional, tenga acceso a datos personales, responde de su custodia y debe cumplir, con rigor, el marco legal vigente y las normas y procedimientos internos para el tratamiento de esa información. Al recoger los datos personales, habrá de procurarse la obtención del consentimiento de quien los facilite, aun cuando no sea legalmente exigible, y deberá informarse siempre a cada persona del compromiso de utilizarlos, exclusivamente, para los fines autorizados.

## 6. Seguridad informática

Las personas sujetas a este código han de utilizar los sistemas informáticos y las plataformas tecnológicas que dan soporte a las actividades de Marca Franca, incluidos los de terceras personas (clientes, proveedoras...) a los que accedan en el desempeño de sus tareas de forma responsable, profesional y segura, de acuerdo con lo que determine Marca Franca en cada momento y con las siguientes pautas:

- No emplearlos para acceder, sin autorización, a sistemas informáticos ajenos u obstaculizar o interrumpir su funcionamiento.


	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

- No compartir las claves de acceso que se faciliten.
- No eliminar, deteriorar o alterar la información (archivos, programas, datos...) contenida en ellos.
- No desactivar los sistemas de seguridad de la información instalados.
- No instalar software o complementos adicionales en los equipos ni cambiar la configuración del software instalado o del hardware, salvo autorización expresa.
- No utilizar la cuenta de correo corporativa en aplicaciones de mensajería o similares, ni para enviar, de forma intencionada, correos que contengan virus o programas que puedan interceptar o dañar datos, o para enviar o responder a *spam*.

## 7. Recursos

El personal de Marca Franca debe hacer un uso responsable de los recursos puestos a su disposición para el correcto desarrollo de su actividad laboral (instalaciones, teléfonos, ordenadores, tablets, software, internet, correo electrónico, vehículos...). Ha de procurar su conservación y preservarlos de cualquier uso inadecuado o abusivo del que pudieran derivarse perjuicios para los intereses de la organización. La utilización, mejora, cambio o sustitución de estos recursos tiene que contar con la autorización correspondiente.

No se admite el uso privado o extralaboral de las herramientas informáticas y los dispositivos tecnológicos propiedad de la organización. El personal debe saber que los medios tecnológicos puestos a su disposición podrán ser objeto de vigilancia y control a través de su monitorización y/o auditoría, en el marco normativo del artículo 20.3 del Estatuto de los Trabajadores, al objeto de verificar el cumplimiento por la persona trabajadora de sus obligaciones y deberes laborales; de coordinar y garantizar la continuidad de la actividad laboral en supuestos de ausencia (bajas, vacaciones...); de prevenir, detectar y reaccionar ante un uso indebido o un ilícito con posible relevancia penal; y de proteger el sistema informático de la empresa y la información confidencial contenida en él. Estas medidas de vigilancia y control serán, en todo caso, idóneas, justificadas, necesarias y proporcionales al fin perseguido, para evitar cualquier vulneración del derecho a la intimidad y al secreto de las comunicaciones.

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

El personal debe conservar la documentación propia de su actividad profesional, estando obligado a alertar de cualquier anomalía o mal funcionamiento que detecte. Del mismo modo, ha de adoptar las medidas necesarias para evitar su extravío, robo o daño.


El material propiedad de la empresa ha de ser devuelto cuando así se requiera, cuando deje de ser necesario para el desarrollo de la actividad profesional que se desempeña o cuando cese la relación laboral o profesional.

Si se utilizan dispositivos tecnológicos personales (ordenador, smartphone, tablet..) para acceder de forma remota a los sistemas de la empresa con fines profesionales, es necesario contar con la preceptiva autorización previa y deben protegerse la seguridad, la confidencialidad y la integridad de la información de la organización, poniendo inmediatamente en conocimiento de Marca Franca cualquier pérdida o robo de los dispositivos o la intrusión de una tercera persona no autorizada. Los gastos de consumo y mantenimiento, incluido el coste adicional del uso del teléfono particular, serán de cuenta del personal, salvo acuerdo expreso en contra. No se proporcionará ningún soporte técnico, excepto para solventar los problemas derivados del propio sistema de Marca Franca.

## 8. Protección de la propiedad intelectual e industrial

Marca Franca defiende su propiedad intelectual e industrial y respeta la ajena. Por ello, las personas sujetas a este Código:

- No deben utilizar derechos de propiedad industrial o intelectual que legalmente correspondan a Marca Franca, muy especialmente, su nombre comercial, imagen o marcas, sin autorización ni con fines distintos a los propios de su actividad.
- No pueden utilizar aplicaciones informáticas ni código desarrollado por Marca Franca sin autorización para ello o con fines distintos a los contemplados en la relación contractual con la organización.
- No han de utilizar, sin la autorización expresa, bienes o materiales propiedad de terceras personas protegidos por derechos de propiedad industrial o intelectual.

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

Esta prohibición afecta, especialmente, al uso o instalación en los equipos de Marca Franca o en los de terceras personas con las que la organización interactúa, de obras protegidas por derechos de autor (software, películas, series, música, videojuegos...).


La propiedad intelectual e industrial nacida del trabajo del personal del Marca Franca, incluida la directiva, durante su permanencia en la organización y directamente relacionada con su actividad será propiedad de Marca Franca salvo que, por ley o mediante acuerdo, se disponga otra cosa. Si en su creación participan personas que no trabajan directamente para la organización, con carácter previo al desarrollo de la actividad y a través del correspondiente contrato o convenio, se fijará la distribución de derechos sobre los resultados.

#### 9. Actividades externas

El personal de Marca Franca ha de asegurarse de que las actividades complementarias voluntarias y no remuneradas en las que participan (como en una asociación o una ONG) no comportan un conflicto de intereses con la organización. Asimismo, cuando ejerza otra actividad remunerada, por cuenta propia o ajena, deberá comunicarlo a Marca Franca y tener en cuenta que esa otra actividad no podrá suponer una merma de la eficacia de las funciones que desarrolla en la organización.

La participación en redes sociales, blogs y demás formas de comunicación pública debe ser siempre a título personal, sin utilización del nombre o la imagen de Marca Franca, salvo que se tenga autorización expresa para ello.

El modelo de negocio de Marca Franca se desarrolla sin intervenir en las decisiones y los procesos políticos de los lugares en que desarrolla su actividad, por lo que está prohibida toda contribución a partidos políticos, candidaturas o autoridades públicas en nombre de la organización o con sus medios. Marca Franca reconoce la libertad ideológica de su personal y, por tanto, su derecho a participar en actividades políticas admitidas por las leyes, siempre que no resulten objetivamente incompatibles con la función que desempeñen en la organización y sean desarrolladas fuera del horario laboral y de sus instalaciones. Por otra parte, Marca Franca respeta los derechos laborales de su personal y garantiza sus derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

## 10. Prevención de la corrupción

### 10.1. Política anticorrupción


Cualquier acto de corrupción implicaría un deterioro de la reputación de Marca Franca, al margen de las consecuencias judiciales que podría llevar aparejadas, por lo que:

- Su personal tiene prohibido prometer, ofrecer o conceder, a cualquier persona empleada, directiva o administradora de otras empresas o entidades privadas, así como a la que sea autoridad, funcionaria pública, empleada o directiva de empresas y organismos públicos, cualquier beneficio o ventaja no justificada, de cualquier naturaleza (no sólo económica), con el propósito de que actúe o deje de actuar para favorecerla a ella o a una tercera persona en un determinado negocio o para obtener una ventaja empresarial indebida. Asimismo, tiene prohibido, en los mismos términos, recibir, solicitar o aceptar ventajas o beneficios injustificados de cualquier naturaleza. Cualquier solicitud de incentivos monetarios, comisiones, etc. que realice un tercera persona deberá ser rechazada y comunicada de inmediato a la persona responsable de cumplimiento normativo de Marca Franca
- Se incluirá en todos los contratos comerciales, siempre que sea posible, una cláusula anticorrupción basada en el modelo de cláusulas para combatir la corrupción de la International Chamber of Commerce (ICC).

### 10.2. Conflicto de intereses

Con absoluto respeto a la privacidad de su personal, Marca Franca espera de él que, ante situaciones de conflicto de intereses, actúe con objetividad y profesionalidad, sin anteponer sus intereses personales a la responsabilidad que tiene para con la organización y las terceras personas con las que se relaciona (empresas clientes, proveedoras, socias..), y que comunique a Marca Franca cualquier conflicto de intereses en que se crea involucrado, para que puedan buscarse las medidas necesarias para atajarlo. "Intereses personales" ha de entenderse en sentido amplio, refiriendo no solo a los intereses de la persona concreta sino, también, a los de sus familiares, personas que convivan con ella, amistades...



	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

### 10.3. Política de regalos

En Marca Franca únicamente podrán realizarse o recibirse regalos o invitaciones cuando estén comprendidos dentro de los usos y las costumbres sociales generalmente aceptados, no supongan un gasto superior a 120€, no hayan sido solicitados previamente y no puedan ser interpretados por una tercera persona objetiva en el sentido de que se han hecho para alcanzar una ventaja indebida, recompensa o trato preferencial. Las invitaciones, además, deben estar razonablemente vinculadas a un fin comercial o empresarial legítimo y celebrarse en un contexto apropiado. En el caso de que no pueda rechazarse un regalo o invitación porque tal acción podría poner en peligro la relación con esa persona concreta, habrá de aceptarse y ponerse a disposición de Marca Franca. Cualquier duda sobre si puede aceptarse o entregarse un determinado regalo o invitación podrá ser remitida a la persona responsable de cumplimiento normativo.


### 10.4. Patrocinios y donaciones

En ocasiones, Marca Franca patrocina actividades organizadas por terceras personas por medio de aportaciones, dinerarias o en especie, para hacer visible su marca. Asimismo, dentro de su política general de responsabilidad social corporativa, y en la medida de sus posibilidades, destina donativos monetarios a proyectos o entidades sin ánimo de lucro. Estos patrocinios o donaciones deben ser compatibles con los principios recogidos en este Código de Conducta, realizados al amparo de lo previsto en la normativa de aplicación, autorizados por la persona competente de la organización y, en ningún caso, ser utilizados como medio para encubrir, directa o indirectamente, actos ilícitos o ventajas u objetivos inadecuados o indebidos a favor de la organización.

## 11. Transparencia y rigor financiero

### 11.1. Transparencia financiera

La información económico-financiera de Marca Franca debe reflejar fielmente su realidad económica, financiera y patrimonial. Todas las transacciones deben quedar recogidas con claridad y precisión en los archivos y libros contables, que han de mantenerse de forma ordenada, sujetos a medidas de control de acceso, físico o electrónico, para prevenir su ocultación o destrucción. Ninguna operación podrá quedar

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

reflejada en soportes extracontables sin reflejo en los libros oficiales. Al margen de las posibles consecuencias penales, la alteración intencionada de los registros y, en general, de la información documental o los soportes informáticos en poder de la organización constituirá una infracción grave de las normas internas. Solamente pueden destruirse documentos y ficheros si se cuenta con expresa autorización para ello. En ningún caso podrá autorizarse la eliminación de documentos, archivos o ficheros relacionados con expedientes administrativos en trámite o procedimientos judiciales abiertos.


Por otra parte, se prohíbe cualquier práctica que implique la elusión ilícita de pago de impuestos a la Hacienda Pública, con la que hay que colaborar, en todo momento, aportando, lealmente toda la información que sea requerida, lo que también debe realizarse para con la Seguridad Social.

## 11.2. Blanqueo de capitales

Es fundamental contar con un adecuado conocimiento de las personas clientas, examinando, de forma diligente, con quién va a establecerse una relación de especial relevancia. No está permitido abrir cuentas anónimas ni autorizar transferencias financieras sin la debida identificación. Si se tiene alguna sospecha sobre el origen de los fondos o se observan pagos irregulares, debe ponerse, de inmediato, en conocimiento de la persona responsable de cumplimiento normativo de Marca Franca. Hay que presta especial atención a los cobros en metálico, los realizados mediante cheques al portador y los efectuados en divisas distintas a las previamente acordadas; controlar el destino de los pagos en efectivo, cuando excepcionalmente se produzcan; y vigilar los pagos extraordinarios, no previstos en los contratos o acuerdos correspondientes, los realizados a cuentas abiertas en territorios calificados como paraísos fiscales o en cuentas que no resulten las habituales en las relaciones con una persona, física o jurídica. Marca Franca no debe crear ni adquirir participaciones en entidades domiciliadas en países que tengan la condición de paraíso fiscal.


## 12. Control del cumplimiento

Para garantizar la observancia y la ejecución de los contenidos de este código y, en general, de todo Programa de Cumplimiento Normativo de Marca Franca, se constituye

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

un órgano unipersonal caracterizado por su autonomía, su independencia y su capacidad de decisión en el ejercicio de las siguientes funciones:

1. Llevar a efecto la aplicación de este Código y de cada norma, protocolo y procedimiento que se dicte en su desarrollo y/o dentro del Programa de Cumplimiento Normativo.
2. Investigar, por propia iniciativa o por presentación de alguna solicitud, los hechos susceptibles de conformar un incumplimiento y, en su caso, tramitar y proponer al órgano de administración la resolución de los expedientes relacionados con la posible comisión de actos contrarios a la legalidad, a este código o que vulneren los contenidos de las normas y procedimientos que integran el Programa de Cumplimiento Normativo
3. Elevar al órgano de administración, para su aprobación, los procedimientos, normas, protocolos y circulares que se dicten en desarrollo del Programa de Cumplimiento Normativo.
4. Determinar los contenidos y planificar la formación sobre el Programa de Cumplimiento Normativo.
5. Informar y asesorar sobre las dudas que puedan suscitar la aplicación del Programa de Cumplimiento Normativo y el conjunto de procedimientos y disposiciones que lo integran.
6. Elaborar informes periódicos sobre la eficacia de las medidas adoptadas, particularmente aquellas orientadas a la prevención de delitos y sanciones administrativas.
7. Adaptar el Programa de Cumplimiento Normativo a las futuras actividades de Marca Franca, a las nuevas áreas de riesgo que se detecten y a los cambios que se produzcan en la legislación y en la jurisprudencia de los tribunales.
8. Elaborar un informe anual sobre la actividad desempeñada en torno al Programa de Cumplimiento Normativo y sugerir las mejoras que, a su criterio, se deban introducir.

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

## 13. Canal Responsable

Las personas vinculadas a Marca Franca que conozca de situaciones irregulares o de la comisión de hechos contrarios a lo dispuesto en este código y en sus normas de desarrollo o a la legalidad, deberán comunicarlo inmediatamente. Tienen tres formas de hacerlo:

1. Relatar los hechos a una persona con un cargo superior.
2. Relatar los hechos a la persona responsable de cumplimiento normativo.
3. Presentar una denuncia mediante *Canal Responsable*.


*Canal Responsable* es una herramienta puesta a disposición de las personas vinculadas a Marca Franca para la presentación de denuncias, quejas y reclamaciones que considere en relación con el Programa de Cumplimiento Normativo de la organización y con la legalidad. La información que llega a través de esta herramienta es considerada confidencial. Su funcionamiento y la tramitación de la información que se reciba a través de él quedan reflejados en una norma específica. El acceso a Canal Responsable se podrá realizar a través de la página web de Marca Franca: <https://marcafranca.com>

Se anima a todo el personal y a las empresas proveedoras, clientas y socias a utilizar *Canal Responsable*, pues un diálogo fluido sobre cumplimiento normativo es la mejor forma de prevenir la comisión de conductas ilícitas.

Para poder valorar las posibles repercusiones en la organización, Marca Franca solicita que toda persona sujeta a este código que esté siendo objeto de investigación, en un proceso penal o en un expediente administrativo sancionador, lo comunique a la persona responsable de cumplimiento normativo.

## 14. Régimen disciplinario

Las infracciones que se produzcan por vulneración de los mandatos contenidos en este código podrán dar lugar a la aplicación, de forma adecuada y proporcionada, del régimen sancionador establecido en la normativa laboral vigente o en el convenio colectivo de aplicación, todo ello sin perjuicio de la inmediata comunicación de los hechos a las autoridades competentes cuando así corresponda.

	<b>CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRÁCTICAS CORPORATIVAS</b>	
	<b>MARCA FRANCA S.L.</b>	
	VERSIÓN 1.0	FECHA: 24/03/2020

## 15. Entrada en vigor y revisión

El presente código entrará en vigor tras su aprobación por el órgano de administración de Marca Franca y será siempre revisado cuando se pongan de manifiesto infracciones relevantes de sus disposiciones o cuando se produzcan cambios en la organización, en su estructura de control o las actividades que desarrolla que lo hagan necesario.