

RESUMEN

POLÍTICA INTERACCIONES COMERCIALES CON PERSONAL ADMINISTRATIVO

Introducción: Esta Política establece lineamientos de conducta que rigen nuestras interacciones comerciales con Personal Administrativo y la forma de llevarlas a cabo, apegadas a nuestros valores, políticas, a la legislación y regulación local e internacional.

Esta política aplica para todas las actividades de Interacción Comercial, realizadas por cualquier directivo y colaborador de Farmacéuticos Maypo y terceros que actúen en su representación.

Definimos Interacción Comercial (IC) a Cualquier actividad, interacción y/o entrega de información que promuevan la distribución, compra, venta y uso de los productos comercializados por Farmacéuticos Maypo y sus terceras partes.

Toda IC debe ser **responsable, ética**, realizada **con profesionalismo**, apegada a la legislación local e internacional, a los valores y Políticas de Maypo, debe mantener **la confianza en la compañía** y en los **distribuidores de medicamento**, debe pretender mejorar el beneficio de los pacientes y sólo se comercializan productos que han sido aprobados por la agencia reguladora.

Es importante destacar que está **estrictamente prohibido** ofrecer obsequios para uso y/o beneficio personal o algún beneficio económico o en especie, con la intención de influir inapropiadamente en distribución, compra, venta y uso de los productos comercializados por Farmacéuticos Maypo o sus competidores.

Toda interacción comercial debe seguir los principios anticorrupción, es decir, **debe ser transparente**, tener una intención legítima, guardar proporcionalidad, ser balanceada y estar libre de conflictos de intereses.



Algunas **actividades** reguladas en la Política de IC:

- a Patrocinios y subvenciones de Congresos organizados por terceros.
- b Reglas para la contratación de PA.
- c Lineamientos para viajes, sedes para eventos científicos, principios de hospitalidades y montos autorizados para comidas.
- d Prohibición de entrega de obsequios.
- e Reglas para la entrega de objetos promocionales, artículos médicos, educativos o de utilidad administrativa.
- f Reglas para la realización de Investigaciones de mercado.

