



POLÍTICA GENERAL DE APM - GUATEMALA PG-RRHH-002

Prohibida la reproducción total o parcial de este documento sin la previa autorización documentada de FARMA MARKETING, Sociedad Anónima.

CONTENIDO

- 1. Objetivo..... 1
- 2. Alcance 1
- 3. Desarrollo 1
 - 3.1 Código general APM1
 - 3.2 Términos Generales1
 - 3.3 Reglamento general del APM.1
 - 3.4 Obligaciones del APM2
 - 3.5 Normas de conducta2
 - 3.6 Política de código de vestimenta3
 - 3.7 Horarios de trabajo3
 - 3.8 Licencias, ausencias y feriados4
 - 3.9 Pagos salarios y descuentos5
 - 3.9.1 Pagos5
 - 3.9.2 Descuentos autorizados para realizar en planilla6
 - 3.10 Política de gastos médicos6
 - 3.11 Política de Vehículos.....7
 - 3.12 Premios7
 - 3.13 Viáticos8
 - 3.13.1 Viáticos para APM y Representantes de Ventas:8
 - 3.14 Solicitudes de PR (Public Relations):.....8
 - 3.15 Política de iPad9
 - 3.15.1 Herramientas del equipo9
 - 3.15.2 Normas generales9
 - 3.15.3 Seguridad de la Información:..... 10
 - 3.15.4 Renovación y Compra de Equipo..... 10
- 4. Motivos de despido..... 10
- 5. Anexos 11
- 6. Documentos y registros 11
- 7. Control de Cambios 11

1. OBJETIVO

El presente Manual tiene como objetivo fundamental presentar la estructuración de regulaciones para el grupo de empresas de Farma Marketing, S.A.

Las regulaciones establecidas servirán para llevar a cabo los procedimientos establecidos en el Departamento Comercial.

2. ALCANCE

La presente regulación aplica únicamente al Departamento Comercial.

3. DESARROLLO

3.1 CÓDIGO GENERAL APM

Se ha considerado conveniente y oportuno emitir el presente decreto ejecutivo con regulaciones sobre la materia. Por tanto, decretan:

3.2 TÉRMINOS GENERALES

3.3 REGLAMENTO GENERAL DEL APM.

Artículo 1:

Trabajador es toda persona individual que presta a grupo Mercafarma sus servicios materiales, intelectuales o de ambos géneros, en virtud de un contrato o relación de trabajo.

Artículo 2:

El Agente de promoción Medica (APM) es un profesional especializado; se le considera así, ya que ejerce la práctica de la visita médica la cual adquiere conocimientos especializados y desarrolla ciertas habilidades y destrezas para realizar ese trabajo.

El APM posee conocimientos técnicos – científicos de los productos que proporciona:

- a. Conocimiento técnico de los productos.
- b. Conocimiento comercial que incluye características, ventajas y beneficios necesarios para estructurar los argumentos promocionales.

Posee técnicas de venta adaptadas al mercado farmacéutico:

- a. Identifica su "target" (objetivo) de médicos.
- b. Prepara con anticipación cada entrevista para que sean personalizadas y productivas.
- c. Entrevista a los clientes de su "target" de tal manera que se obtengan los resultados esperados.
- d. Brindar servicios para conseguir o mantener la lealtad.

Artículo 3:

El APM tiene tres características básicas para responder con solvencia a los desafíos:

- a. Actitud resolutive.
- b. Técnicas y habilidades de negociación.
- c. Conocimientos.

Artículo 4:

Corresponde al APM proporcionar la información y procurar la correcta prescripción de los fármacos.

Artículo 5:

El APM debe exhibir un comportamiento ético ejemplar y contar con la formación científica y técnica apropiada para llevar a cabo las actividades de promoción de productos farmacéuticos de manera correcta y responsable. Esto contribuye al mantenimiento de la salud de manera efectiva.

3.4 OBLIGACIONES DEL APM

Artículo 6:

Las obligaciones de los APMS, además de las determinadas por el Código de Trabajo y las disposiciones legales vigentes, son las siguientes:

- a. Realizar personalmente el trabajo acordado con la capacidad, esmero, calidad, el tiempo y lugar convenido por la empresa y la planificación establecida.
- b. Acatar las órdenes e instrucciones de las autoridades respectivas, de acuerdo con las estipulaciones de este Reglamento y el Contrato Individual de Trabajo.
- c. Observar buena conducta durante la prestación de los servicios, así como en reuniones generales de la empresa, atendiendo cortésmente a todas las personas que se presenten en los locales de la entidad.
- d. Utilizar y manejar con cuidado y responsabilidad el equipo de trabajo proporcionado para ejercer sus labores, así como devolverlo en el estado en que lo recibieron, considerando el desgaste normal por el uso.
- e. Los APM seguirán un plan de ruta previamente establecido, conocido como "giras", el cual deberán cumplir íntegramente. Además, deberán rendir cuentas del dinero recaudado por concepto de devoluciones, cobros, abonos y autorización de nuevos créditos otorgados a los clientes.

3.5 NORMAS DE CONDUCTA

Artículo 7:

En el ejercicio de su actividad profesional, el APM deberá cumplir con las siguientes normas de conducta:

- a. No realizar la venta directa del producto a personas que no sean clientes de la empresa, ni promover la comercialización de las muestras médicas.

- b. Entregar muestras médicas exclusivamente a profesionales en Ciencias de la Salud, con el único propósito de apoyar la información sobre el producto.
- c. Mantener en todo momento compostura y presentación acorde con la alta imagen profesional de la compañía.
- d. Mostrar cordialidad y respeto, propios de su quehacer profesional, con pacientes y personal del consultorio de la clínica u hospital que visite.
- e. No recurrir a propaganda negativa en contra de sus competidores para promover los productos de la empresa.
- f. Resguardar el material promocional para asegurarse de que no pueda ser sustraído ni mal utilizado.
- g. Abstenerse de divulgar cualquier información no autorizada en este Reglamento.

3.6 POLÍTICA DE CÓDIGO DE VESTIMENTA

Artículo 8:

- a. Todo el personal de fuerza de ventas debe llevar el uniforme acorde a la alta imagen profesional de la compañía.
- b. Los APM deben llevar el uniforme y calzado específico de lunes a viernes, según la gira asignada.
- c. En las giras de mucho calor, el uniforme puede consistir en pantalones tipo Docker, cinturón y zapatos formales.
- d. No tener un comportamiento inapropiado portando el uniforme de la compañía.
- e. Se prohíbe el uso de jeans, tenis y cadenas extravagantes.
- f. El corte de uñas y cabello debe ser estético; en el caso de las mujeres, no se permiten uñas largas o con colores extravagantes, ni uñas mal pintadas.
- g. Los sábados están exentos de llevar el uniforme, permitiéndose vestimenta casual.
- h. Se prohíbe a las colaboradoras teñirse el cabello de colores extravagantes.
- i. Todas las colaboradoras deben usar ropa interior discreta debajo de prendas claras.
- j. No se permite el uso de barbas ni bigotes.
- k. El costo del uniforme es compartido, cubriendo Mercafarma el 60% y el colaborador el 40%.
- l. Si un colaborador desea camisas extras, deberá costearlas.
- m. Todo colaborador de nuevo ingreso debe seguir los lineamientos para vestimenta alternativa hasta recibir el uniforme formal.
- n. Al ser dado de baja, el colaborador debe devolver los uniformes, independientemente de quién haya pagado por ellos, para preservar la imagen corporativa.
- o. Para los eventos de inicio de ciclo y en los edificios, se aplican las siguientes normas de vestimenta:
 - p. La vestimenta en los eventos de inicio de ciclo debe ser estrictamente formal.
 - q. El uso de corbata es opcional, excepto en congresos.
 - r. Los zapatos deben estar en buen estado y brillantes.

3.7 HORARIOS DE TRABAJO

Artículo 9:

Los APMS deben ser puntuales al inicio de sus labores y en las actividades realizadas en las diferentes sedes. Según lo establecido en el presente Reglamento, el proceso a seguir en caso de inicio de labores tardío es el siguiente:

- a. En caso de llegar tarde dos veces, se realizará una amonestación verbal.
- b. Si se registran entre tres y cuatro llegadas tardías, se emitirá una amonestación escrita.
- c. Si las llegadas tardías superan las cinco ocasiones, se enviará una carta de amonestación con copia al expediente.
- d. Si por algún motivo un colaborador debe abandonar su jornada laboral establecida, deberá notificar a su jefe inmediato.

3.8 LICENCIAS, AUSENCIAS Y FERIADOS

Artículo 10:

Todos los APMS tienen la obligación de reportar sus actividades diarias a través del CRM (Customer Relationship Management / Gestión de Relaciones con los Clientes) designado por la empresa.

De acuerdo con el Artículo 61 Inciso ñ) del Código de Trabajo, reformado por Decreto No. 64-92 del Congreso de la República, se otorgarán las siguientes licencias con goce de sueldo al APM:

- a. Por el fallecimiento del cónyuge, la persona con la que estuviera unida de hecho, los padres o los hijos, se concederán tres días.
- b. En caso de contraer matrimonio, se otorgarán cinco días.
- c. Por el nacimiento de un hijo, se concederán dos días.
- d. Para atender citaciones judiciales, el tiempo necesario para la comparecencia, dentro de la jurisdicción hasta medio día y un día fuera del departamento correspondiente.
- e. Para recibir servicios de salud, siempre y cuando se presente la constancia correspondiente.

Artículo 11:

El APM que no esté disponible para asistir a sus labores deberá justificar su ausencia ante su jefe inmediato. Este, si lo considera necesario, confirmará la veracidad de los motivos expresados. El simple aviso de ausencia no implica que la falta sea justificada. Si el APM no comunica su ausencia según lo establecido en este artículo, al regresar al trabajo dentro de las primeras horas del mismo, deberá proporcionar una justificación válida. En caso de no hacerlo, el trabajador puede ser sancionado de acuerdo con el presente Reglamento y/o las leyes laborales aplicables.

Las sanciones correspondientes por la falta de notificación al jefe inmediato son las siguientes:

- a. Descuento de un día laboral (según la aprobación del jefe) + el séptimo día.
- b. Suspensión sin goce de salario.
- c. Carta de amonestación con copia al expediente.

Cuando la inasistencia se deba a motivos de enfermedad, el APM debe presentar un certificado médico o una constancia de haber asistido al IGSS o seguro correspondiente. Se pueden exceptuar casos muy calificados a criterio del jefe inmediato, aunque estos casos deben ser informados al Departamento de Recursos Humanos. En caso de no realizar la notificación, la ausencia se descontará de las vacaciones del empleado.

El procedimiento establecido para la solicitud de vacaciones y permisos especiales es el siguiente:

- a. Acceder al CRM vigente en el momento.
- b. Dirigirse al apartado de permisos especiales/vacaciones.
- c. Todos los permisos especiales y vacaciones deben ser autorizados por el jefe inmediato.
- d. Queda prohibido tomar vacaciones o permisos especiales sin completar el formulario correspondiente en el CRM.

Artículo 12:

A todos los APM se les concederá con goce de sueldo los siguientes asuetos estipulados en la ley, así como aquellos que puedan decretarse en el futuro o que el empleador disponga otorgar voluntariamente:

- a. 1 de enero.
- b. Miércoles (medio día), jueves, viernes y sábado Santo.
- c. 1 de mayo.
- d. 10 de mayo (para las madres trabajadoras).
- e. 30 de junio.
- f. 15 de septiembre.
- g. 20 de octubre.
- h. 1 de noviembre.
- i. 24 de diciembre (medio día a partir de las 12:00 horas).
- j. 25 de diciembre.
- k. 31 de diciembre (medio día a partir de las 12:00 horas).
- l. El día de la festividad de la localidad.
- m. En el caso de todos los APM, podrán disfrutar del día de la festividad el 15 de agosto, excepto los APM residentes, quienes lo tomarán en la fecha correspondiente a su localidad.

Artículo 13:

Cuando la naturaleza del trabajo lo requiera, se podrá laborar durante los días de asueto o descanso semanal. En tales casos, el trabajador tendrá derecho a disfrutar de un día compensatorio posteriormente para recuperar el día laborado.

3.9 PAGOS SALARIOS Y DESCUENTOS

3.9.1 PAGOS

Artículo 14:

Los pagos de salario se realizarán mensualmente a través de cuenta electrónica. A continuación, se detallan las disposiciones relacionadas con los adelantos de salario:

- a. Todo el personal tiene derecho a solicitar hasta 2 adelantos de salario por año. Los adelantos deben ser acordados con el jefe inmediato y corresponden al salario del mes en curso.
- b. El monto completo del adelanto será descontado en el próximo salario de nómina, con el concepto "Adelanto de Salario".
- c. No se otorgarán adelantos sobre la bonificación decreto 42-92 (bono 14) ni sobre el aguinaldo.
- d. Todos los adelantos salariales deben tramitarse a través de la plataforma vigente en el momento para su validación. No se aceptarán solicitudes por correo electrónico.

- e. El Departamento de Recursos Humanos proporcionará una carta de apertura de cuenta bancaria a aquellos empleados que no cuenten con una cuenta en el banco designado para el pago de la planilla. El pago de la planilla solo se realizará a través del banco asignado por la empresa, y el plazo máximo para abrir la cuenta es de 10 días después de entregada la carta.
- f. Todos los empleados de Mercafarma tienen un salario base acordado en el momento de la contratación. Los aumentos salariales serán autorizados exclusivamente por la Gerencia General, conforme a la política interna y al plan de desarrollo o disposiciones gubernamentales.

Artículo 15:

Cualquier reclamo por alguna discrepancia monetaria en la boleta de pago debe ser presentado al Departamento de Recursos Humanos dentro de un plazo máximo de 7 días posteriores a la acreditación en la plataforma vigente en ese momento. De no hacerlo así, el reclamo se considerará para el próximo mes.

3.9.2 DESCUENTOS AUTORIZADOS PARA REALIZAR EN PLANILLA

Los siguientes son los descuentos autorizados por GG, y que aparecerán como concepto de descuento en su boleta de pago.

- a. Seguro de Vida y Gastos médicos (Contabilidad)
- b. Seguro Vehicular (Contabilidad)
- c. IGGS (Contabilidad)
- d. ISR (Contabilidad)
- e. Medicamentos (Créditos y cobros)
- f. Adelanto de salario (RRHH)
- g. Plan de ahorro (RRHH)
- h. Préstamos (RRHH)
- i. Donaciones o actividades que se realicen (RRHH)
- j. Embargos de salario (RRHH)
- k. Almuerzos (RRHH)

3.10 POLÍTICA DE GASTOS MÉDICOS**Artículo 16:**

La empresa proporciona un subsidio para el servicio de seguro de vida y gastos médicos a los trabajadores. Si un trabajador desea incluir a su familia en el seguro, esto conllevará un costo adicional que será descontado de su salario.

El seguro de vida y gastos médicos se estructura de la siguiente manera:

- a. Se divide en categorías para el personal de APM, personal administrativo y personal de bodega.
- b. Cada categoría tiene un costo diferente para el colaborador y sus dependientes.
- c. Los trabajadores con un salario mayor a Q.5,000 deberán pagar Q.47.00 quetzales mensuales para la utilización del seguro.

3.11 POLÍTICA DE VEHÍCULOS

Artículo 17:

A partir del 01 de julio de 2023, el cálculo del pago por depreciación se llevará a cabo siguiendo los criterios establecidos por la Gerencia Comercial, que incluyen el modelo del vehículo, la distancia y las giras recorridas.

El proceso para dar de alta un vehículo en el seguro se detalla a continuación:

- a. El APM debe enviar la tarjeta de circulación a Recursos Humanos el primer día hábil de trabajo. Posteriormente, se enviará la tarjeta de circulación por correo al seguro, con copia al APM, para la generación del Token.
- b. Una vez generado el token, se debe realizar la inspección virtual en la aplicación del seguro, ingresando el token recibido. En caso de no hacerlo, el Departamento de Recursos Humanos no se hará responsable de ningún siniestro ocasionado.

3.12 PREMIOS

Artículo 18:

FARMA MARKETING, S.A. promueve el logro de resultados de ventas mediante premios mensuales y variables. Sin embargo, estos premios se otorgan únicamente si el empleado trabaja todos los días del mes completo. Esto implica que, si el empleado se retira antes de que finalice el mes, no podrá reclamar o recibir estos premios. Al referirse a un "mes completo", se hace alusión al período que va desde el primer día de cada mes hasta el último día del mes, o hasta la fecha en que termine dicho mes. En consecuencia, el empleado acepta renunciar a reclamar los premios devengados si no completa el mes de trabajo efectivo, según lo establecido en el acuerdo de premios firmado en el primer día de trabajo.

Consideraciones respecto a los premios.

- a. El pago de los premios de cada mes se realiza al final del mes siguiente.
- b. Las metas generales de la empresa son establecidas y distribuidas por territorio por la Gerencia General.
- c. Las metas son comunicadas por la Gerencia de País.
- d. La estructura de evaluación para el pago de premios es establecida por la Dirección Comercial, con la aprobación de la Gerencia General.
- e. El cálculo y pago de los incentivos son responsabilidad del Departamento Financiero, con la debida revisión del Departamento Comercial y la autorización de la Gerencia General.
- f. La comunicación detallada de los premios se llevará a cabo a través de Recursos Humanos, quienes gestionarán y resolverán cualquier duda con las partes interesadas.
- g. Recursos Humanos debe enviar a cada representante el detalle de los premios de cada mes.
- h. La cuota de ventas es el valor mínimo de ventas establecido por la empresa para que el representante tenga derecho a una compensación económica.
- i. Este rubro es conformado por los distintos tipos de retos establecidos para el equipo de ventas, como cuotas por línea, productos objetivos, panel de médicos y CRM.

3.13 VIÁTICOS

Artículo 19:

Para la movilización, la empresa asigna a la fuerza de ventas un fondo fijo, que oscila entre Q5,000.00 y Q8,000.00, dependiendo de cada línea de trabajo. Este fondo se reembolsa mensualmente con las liquidaciones presentadas. En el caso de nuevas contrataciones, el cheque del fondo se emite en el momento de incorporarse al equipo y será tramitado por el Departamento de Recursos Humanos y autorizado por la Gerencia de País. Las facturas deben ser emitidas a nombre de Farma Marketing, S.A., NIT: 3944068-0, dirección: Ciudad.

- a. Asistencia de países elabora un calendario mensual, aprobado por Gerencia Comercial, que contiene las fechas en que todos los representantes deben entregar sus liquidaciones al Departamento de Cuenta por Pagar una vez al mes
- b. Las facturas presentadas y el documento de detalle de facturas deben cuadrar tal como lo indica el Departamento de Cuentas por Pagar, de no ser así, el mismo está en la autoridad de no recibirlo, no pagarlo y no reintegrarlo.
- c. Después de la entrega de la liquidación de viáticos, el Departamento de Cuentas por Pagar traslada el dinero al servicio de outsourcing, quien es el encargado de realizar el depósito correspondiente en concepto de viáticos.
- d. Gerencia Comercial aprueba las tarifas máximas a reembolsar para cada gira al interior del país.

3.13.1 VIÁTICOS PARA APM Y REPRESENTANTES DE VENTAS:

- a. Hospedaje: Q. 175.00 por noche, se reconocen 4 noches (lunes a jueves). En casos excepcionales donde se reconozcan 5 días, debe ser autorizado por la Gerencia de País.
- b. Alimentación: Se reconocen 14 tiempos de comida por semana a razón de Q. 100 por almuerzo, Q.50 por cena y Q.50 por desayuno.
- c. Combustible: Se calcula según los kilómetros recorridos en los territorios, haciendo una relación con Google Maps (Se consideran 35km recorridos por galón).
- d. Comunicaciones: La empresa reconoce Q.100.00 en concepto de comunicaciones y proporciona un iPad a la fuerza de ventas.
- e. En diciembre, las personas con fondos fijos asignados deben reintegrarlo antes de disfrutar de sus vacaciones, ya sea en facturas y/o efectivo, mediante depósito bancario.

3.14 SOLICITUDES DE PR (PUBLIC RELATIONS):

- a. Las solicitudes de PR deben realizarse mediante la herramienta de CRM vigente.
- b. Estas solicitudes deben contar con una estrategia y serán autorizadas por el Gerente de línea y el Gerente de País.
- c. Deben solicitarse con 48 horas de anticipación.
- d. Los PR solicitados el mismo día no serán autorizados.
- e. Los PR deben ser liquidados en las fechas acordadas según el calendario.
- f. El Asistente Comercial enviará a Finanzas el resumen y los montos autorizados de los APM para el reintegro correspondiente.
- g. El APM debe identificar las facturas como PR seguido del nombre del Dr. Con el que se realizó el relacionamiento.

3.15 POLÍTICA DE IPAD

Artículo 20:

- a. Todo el equipo de la fuerza de ventas debe contar con un dispositivo electrónico (iPad) que es brindado en el momento de la contratación. Las especificaciones mínimas para el equipo deben ser:
- b. Pantalla de 10.2 pulgadas como mínimo.
- c. Color: plateada, dorada o gris Oscuro (según sea asignada por la empresa).
- d. Debe contar con un protector color negro.
- e. Memoria: 32 a 128GB
- f. Capacidad para 2G / 3G / 4G / LTE
- g. Sistema operativo Mínimo: IOS 13

3.15.1 HERRAMIENTAS DEL EQUIPO

Las herramientas serán definidas por el Departamento de Sistemas y serán actualizadas según corresponda, inicialmente las herramientas de uso obligatorio son:

- a. Safari
- b. BlueMail
- c. Zoom
- d. Jarvis.

3.15.2 NORMAS GENERALES

- a. A cada APM se le asigna una cuenta corporativa de correo electrónico, la cual permitirá enviar y recibir información indispensable para las actividades diarias. Esta cuenta debe estar instalada en la aplicación BlueMail.
- b. Uso y manejo del equipo de trabajo proporcionado para sus labores, con la mayor precaución y responsabilidad posible. Dicho equipo debe devolverse en el mismo estado en que se le entregó, teniendo en cuenta el desgaste esperado por el uso normal.
- c. En caso de falla o desperfecto del equipo, debe comunicarse directamente con el Departamento de Sistemas.
- d. Procurar mantener la pantalla del equipo intacta, sin rayones ni quebraduras, y contar siempre con un protector.
- e. El equipo debe estar conectado a internet, queda bajo criterio del APM, compartir o agregar un SIM al dispositivo (en los casos que aplique)
- f. El uso del equipo e internet será únicamente con fines laborales.
- g. Toda conferencia se realizará a través de Google Meet.
- h. No se permite instalar aplicaciones, visitar sitios web y/o tener material audiovisual en el equipo que no esté relacionado con el ámbito laboral.
- i. El periodo de vigencia del proyecto es de 24 meses.
- j. Los colaboradores pagarán un monto en concepto de seguro de iPad, aproximadamente Q45, esto para proteger sus equipos.

Al finalizar el proyecto, el APM tendrá la opción de quedarse con el iPad pagando un 30% del valor del equipo.

- a. El APM es responsable del equipo asignado; cualquier daño total o parcial debe ser absorbido por el colaborador.
- b. En caso de hurto o robo, el colaborador es responsable de reponer el equipo con las características descritas en el presente documento.
- c. En caso de despido o renuncia, el colaborador debe devolver el dispositivo a Mercafarma en perfectas condiciones y con todos sus accesorios originales. Se considerará permisible el desgaste normal por el uso de la herramienta.
- d. En caso de despido o renuncia, el colaborador podrá quedarse con el equipo cuando falten 4 meses para completar el plazo establecido, siempre y cuando pague el 30% del valor del aparato.

3.15.3 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN:

- a. El uso del equipo es laboral, por lo que está prohibido compartir información que ponga en riesgo a la compañía, tales como: datos, procesos, precios, información de ventas y demás, a personas que no pertenezcan a la entidad.
- b. Es obligación de cada APM colocar una clave al equipo, esto para resguardar la información de la compañía.
- c. Es responsabilidad de cada APM registrar y guardar las claves específicas del equipo y las preguntas de seguridad en caso se deban reiniciar las contraseñas.

3.15.4 RENOVACIÓN Y COMPRA DE EQUIPO

El proceso de renovación y compra de equipo es el siguiente:

- a. Cuando se cumplan los 24 meses, la empresa debe recoger el equipo antiguo y entregar nuevos equipos.
- b. Si después de los 24 meses, el APM desea adquirir el equipo, puede hacerlo pagando de contado, el 30% del valor del equipo, o bien optar a pagos en un plazo de 3 meses máximo.

4. MOTIVOS DE DESPIDO

Artículo 21:

- a. Faltas de asistencia o impuntualidad al acudir al trabajo: En este caso, se valorará si el número de días de inasistencia o impuntualidad es motivo suficiente de despido, especialmente si esta conducta se repite en varias ocasiones y afecta las tareas de los demás departamentos.
- b. Ofensas verbales o agresiones físicas hacia compañeros de trabajo, jefes o familiares con los que convivan: Toda ofensa verbal o agresión física será considerada motivo de despido. La gravedad de la agresión y las circunstancias serán tomadas en cuenta.

Algunas de las conductas indebidas de carácter grave, debidamente comprobadas, se señalan a continuación:

- a. Falta de integridad del trabajador en el desempeño de sus funciones, sobre las cuales Farma Marketing S.A. tiene el derecho a emprender acciones civiles y penales que considere pertinentes, por ejemplo:
- b. Reportar datos o médicos falsos.

- c. Utilización de dinero de la empresa para beneficio propio durante un periodo de tiempo.
- d. Venta de material médico.
- e. Falsificación de documentos legales.
- f. Conductas de acoso sexual.
- g. Relaciones amorosas con algún empleado interno.
- h. Conducta inmoral del trabajador que afecte a la empresa.
- i. Conductas de acoso laboral.
- j. Negociaciones que ejecute el trabajador dentro del ámbito del negocio y que hayan sido prohibidas por escrito en el respectivo contrato por parte del empleador.
- k. No asistencia del trabajador a sus labores sin causa justificada durante dos días seguidos, dos lunes en el mes o un total de tres días durante el mismo período de tiempo; así como la falta injustificada, o sin aviso previo por parte del trabajador que tenga a su cargo una actividad.
- l. Abandono del trabajo por parte del trabajador, entendido como la salida intempestiva e injustificada del lugar de trabajo y durante las horas laborales, sin permiso del empleador o de quien lo represente.
- m. Negativa a trabajar sin causa justificada en las tareas convenidas en el contrato.
- n. Incumplimiento grave de las obligaciones establecidas en el contrato.
- o. Manifestación de inconformidad en público dentro de las instalaciones de la empresa, alterando el orden general del personal.
- p. Realización de actividades ilícitas portando el uniforme de la organización.
- q. Trabajo bajo el influjo del alcohol o consumo de drogas.
- r. Conducta contraria a los principios morales y éticos de la empresa.
- s. Realización de actividades ilícitas en contra de la ley.
- t. Consumo de bebidas alcohólicas o sustancias narcóticas en el lugar de trabajo.
- u. No responder por vía telefónica a su jefe inmediato durante el horario laboral. Cuando el APM esté con un cliente o médico, deberá enviar un mensaje de "pronto devolveré la llamada".

5. ANEXOS

6. DOCUMENTOS Y REGISTROS

7. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	NO. DE PÁGINA(S)	DESCRIPCIÓN
1	05/2018	Todas.	Primera redacción.
1	11/2020	Todas.	Revisión general y actualización.
1	09/2022	Todas.	Revisión general.
2	04/2024	7	Se agregó detalles en política de vehículos.