

	POLÍTICA DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE	FECHA DE EMISIÓN: 30/09/2022
		FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN: 30/09/2022
	Subcomité de Mercadotécnica responsable	No. DE VERSIÓN: 1

TABLA DE CONTENIDO

1. NORMATIVA	1
2. CONTROL DE CAMBIOS	2
3. TABLA DE FIRMAS	3

1. NORMATIVA

Política / Objetivo	
Cumplir cabalmente con las regulaciones de publicidad y comunicación, así como ofrecer información responsable y transparente en nuestros productos.	
Alcance de la Política	
A quien le aplica :	Operaciones y todas las áreas de la empresa, personal, Proveedores y comunidad en general.
Lineamientos y Responsabilidades	
Debemos: 1. Cumplir con todas las regulaciones comerciales y del negocio que nos aplican 2. Operar con prácticas de mercado honestas, transparentes y de colaboración con otras empresas y organismos del sector. 3. Vigilar y cuidar que no se utilicen en la empresa prácticas ilegales para obtener ventajas competitivas. 4. Proporcionar toda la información relevante sobre el negocio y productos excepto la información estratégica y de las reservas de la competencia. 5. Respalda las prácticas antimonopolio y antidumping, así como las políticas públicas que motivan la justa competencia. 6. Abstener de aplicar controles artificiales de precios o prácticas similares. 7. Ser éticos, legales y transparentes en las prácticas de comercialización que garanticen una competencia leal. 8. Promover prácticas de venta basadas en criterios éticos y legales. 9. Cumplir con los contratos y condiciones acordadas con los clientes incluyendo las subcontratadas con terceros. 10. Establecer mecanismos que mantengan la debida confidencialidad y privacidad en las relaciones con los clientes y el respeto a la privacidad de sus datos. 11. Ofrecer productos de calidad que cumplan con los requisitos legales y considerar criterios de calidad, seguridad, respeto al medio ambiente e inocuidad. 12. Promover la competencia justa y respetar patentes por lo que se debe capacitar a los colaboradores y cadena de valor en la filosofía de la empresa (principios, valores y código de ética y conducta). 13. Educar a los consumidores sobre salud y seguridad, que refieran a el producto. 14. Establecer estrategias de ventas, servicios y marketing socialmente responsable.	

	POLÍTICA DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE	FECHA DE EMISIÓN: 30/09/2022
		FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN: 30/09/2022
	Subcomité de Mercadotecnia responsable	No. DE VERSIÓN: 1

Principios MORSI (modelo de Responsabilidad Social Integral)	7. Buscar la competitividad sin causar daños , apoyar al comercio multilateral, la competencia justa, y ser responsable y ético en la publicidad, la calidad de productos, la distribución y la promoción.
Marco Normativo:	Ley Federal de Protección al Consumidor
Organismos que la Regulan:	Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris)

2. CONTROL DE CAMBIOS

Página	Versión	Descripción del cambio	Fecha
Todas	PRIMERA	Se genera documento	30/09/2022

3. TABLA DE FIRMAS

	Nombre	Puesto	Fecha	Firma
ELABORÓ:	Jenny Moreno	Ejecutivo Administrativo	30/09/2022	
REVISÓ:	Alicia Alcantar		30/09/2022	
AUTORIZÓ:	Reginaldo Torres Alvarez.	Presidente	30/09/2022	