

# CADIEM

**CAMARA ARGENTINA**  
DE INSUMOS, IMPLANTABLES  
Y EQUIPAMIENTO MÉDICO



## CÓDIGO DE ÉTICA

## OBJETIVO

### ESTE CÓDIGO:

- Establece los principios de conducta empresarial apropiada y los mecanismos para hacer frente a las diversas situaciones y cuestiones que emergen en el comercio de bienes y servicios del área de salud.
- Perfilan la responsabilidad individual y empresarial.
- Está disponible para consulta de todos los Asociados, de sus funcionarios y empleados; así como de quienes lo consideren útil en la toma de decisiones que afecten al mercado de bienes y servicios de tecnología médica.

## DEFINICIONES

### PROFESIONALES DEL ÁREA DE SALUD:

Son aquellos profesionales médicos, funcionarios gubernamentales con injerencia en temas relacionados a la salud, funcionarios de instituciones públicas o privadas, cuyas decisiones influyen o definen la elección o compra de bienes y servicios médicos, funcionarios de empresas u organismos financiadores de salud, o cualquier individuo o entidad que compra, alquila, recomienda, usa, influencia la compra, la define, o receta tecnología, equipamiento médico y/o servicios provistos por las empresas del área de salud.

### **La integridad empresarial forma parte de los cimientos de nuestra conducta.**

**Entendemos que, manteniendo el máximo nivel de integridad corporativa a través de tratos transparentes, abiertos, honrados y justos, obtendremos la confianza de aquéllos con quienes entramos en contacto, ya se trate de clientes, proveedores, competidores, colegas y pacientes.**

CADIEM es una Cámara Empresaria que agrupa a empresas de la industria de tecnología médica, congregando a PYMES y grandes empresas, tanto sea nacionales como extranjeras, dedicadas al avance de las ciencias médicas y al cuidado de los pacientes.

En particular, nuestros asociados contribuyen a ello con el aporte de tecnologías de alta calidad y a costos compatibles con el sistema de salud. Los asociados a CADIEM (en adelante los “Asociados”) reconocen como principio ético el realizar sus operaciones comerciales de acuerdo con altos niveles de conducta empresarial, y en cumplimiento de las leyes y normas vigentes en la República Argentina. Este principio es fundamental en las interacciones de las empresas con instituciones, profesionales médicos, organismos gubernamentales y financiadores del sistema de salud.

Los Asociados respetan la obligación de los Profesionales del Área de Salud en la toma de decisiones independientes sobre la aprobación de uso, compra o utilización de los bienes y servicios de tecnología médica.

A partir del 7 de marzo CADIEM ha adoptado el presente Código de Ética Empresarial como la norma básica que regula la interacción entre las empresas asociadas y aquellas personas, entidades o instituciones que compran, rentan, usan, recomiendan el uso o alquiler o prescriben el uso de bienes y servicios de tecnología médica en Argentina. Una conducta empresarial honrada y ética hace que nuestros Asociados ganen la confianza y respeto de clientes, pacientes, proveedores, organismos gubernamentales y agencias regulatorias.

La integridad empresarial mantenida en el día a día constituye la base indestructible sobre la que se asienta la integridad corporativa. Este Código de Ética Empresarial, ha sido consensuado con los Asociados y ha sido aprobado por la Comisión Directiva de CADDEM.

## **2.1 NORMA MÁS RESTRICTIVA**

Los Asociados se comprometen a adherir a los principios éticos contenidos en este Código. Este Código está sujeto a las leyes Nacionales y provinciales y otros códigos de conducta aplicables a los Asociados. Si alguna previsión en leyes, procedimientos internos u otros códigos de conducta aplicables a los Asociados es más restrictiva que la correspondiente previsión de este Código, el Asociado deberá adherir a la más restrictiva.

De la misma forma, si una previsión de este Código es más restrictiva que la correspondiente previsión de las leyes, procedimientos internos o de otros códigos de conducta aplicables, el Asociado deberá adherir a la previsión más restrictiva de este Código.

## **2.2 PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA**

Los Asociados deben documentar debidamente, y de acuerdo con sus procedimientos internos, toda transferencia de valor que directa o indirectamente realicen a los Profesionales del Área de Salud y/o instituciones del sistema de salud, tanto público como privado, así como cualquier otro agente del sistema de salud. Esto incluye pero no se limita a honorarios pagados por prestación de servicios (por ejemplo: conferencias, consultorías, entrega de informes o estudios científicos, opiniones médicas o científicas, entrenamiento a otros profesionales de la salud, supervisión de casos clínicos), colaboración otorgada para la realización de eventos científicos y profesionales, gastos por hospitalidad ofrecidos con motivo de un evento, como por ejemplo los gastos de viaje, inscripción o registro, hospedaje y alimentación, y la entrega de publicaciones de naturaleza médico-científica, así como donaciones o contribuciones que los Asociados entreguen, directa o indirectamente a cualquier actor del sistema de salud.

## **3 Interacción entre empresas de salud y Profesionales del Área de Salud**

**Hay múltiples formas de interacción entre las empresas proveedoras de productos y tecnología médica y los profesionales que trabajan en el área de salud que van más rentar, recomendar, usar, o prescribir el uso de los mismos.**

**A modo de ejemplo, a continuación se incluyen algunas de tales interacciones:**

- **Investigación y Educación:**

Nuestros Asociados apoyan proyectos de investigación médica, programas educativos y de mejora de habilidades profesionales, que contribuyen a aumentar el acceso de los pacientes a nuevas tecnologías, incrementen los niveles de seguridad de los tratamientos, y mejoren la calidad de atención que se brinda.

- **Uso Seguro y Efectivo de Tecnología Médica:**

El uso efectivo y seguro de tecnología médica, equipamiento o dispositivos quirúrgicos, u otras tecnologías en general, muchas veces requiere que nuestros Asociados provean a los Profesionales del Área de Salud instrucción, entrenamiento, servicio o apoyo técnico.

- **Desarrollo de Tecnología Médica:**

El desarrollo de nuevas tecnologías y la mejora de las existentes son procesos que requieren la colaboración y el trabajo en conjunto de nuestros Asociados con los Profesionales del Área de Salud.

**La ética corporativa es la práctica de nuestros valores compartidos.**

CADIEM reconoce que los Asociados pueden interactuar con Profesionales del Área de Salud en otras actividades diferentes a la compra/venta, renta, o prescripción de productos de tecnología médica.

**CADIEM exige que en todas las interacciones de sus Asociados con Profesionales del Área de Salud se utilice el siguiente principio:**

“Las interacciones de Asociados con Profesionales de la Salud en ningún caso pueden realizarse utilizando prácticas ilegales o que puedan influenciar indebidamente la decisión independiente del profesional o funcionario que decide la compra, renta, recomendación o prescripción de sus productos y/o servicios”.

Cualquier compensación por servicios pagada a cualquier Profesional del Área de la Salud y/o instituciones del sistema de salud deberá ser consistente con el valor razonable de mercado de los servicios prestados.

### **3.1 ENTRENAMIENTOS DE PRODUCTO O EVENTOS EDUCATIVOS AUSPICIADOS POR EMPRESAS**

Es frecuente que, dada la naturaleza de los productos y servicios que comercializan, los Asociados tengan la necesidad de llevar a cabo programas de educación y/o entrenamiento de producto a profesionales del área de salud. Esos programas a veces son conducidos en sitios que pueden requerir viajar a algunos participantes y que pueden extenderse en días.

**Con respecto a estos programas de entrenamiento y/o de educación este Código establece:**

- Los programas educativos deben ser conducidos en un ambiente adecuado para una efectiva transmisión de conocimientos, este ambiente puede ser clínico, educativo, de conferencia, y puede ser realizado en hospitales, centros universitarios, hoteles u otros tipos de centros de reuniones comerciales.
- Los responsables del entrenamiento deben ser personas calificadas y con experiencia para conducir el entrenamiento.
- Las empresas auspiciantes pueden ofrecer a los Profesionales del Área de Salud atenciones en forma de comidas o recepciones, éstas deben ser de un costo razonable y subordinadas en costo, tiempo y foco al propósito educativo o de entrenamiento de la reunión.

- Las empresas auspiciantes pueden pagar gastos razonables de viaje y alojamiento para Profesionales del Área de Salud, estos gastos deben ser acorde con el propósito del entrenamiento, y con foco en el objetivo educativo.
- No es apropiado que las empresas auspiciantes paguen compensación a los Profesionales del Área de Salud beneficiarios del entrenamiento por el tiempo que deben destinar al mismo. Esto no contempla aquellos casos en los que el Profesionales del Área de Salud es entrenado en el marco de un contrato de asesoramiento, con un propósito relacionado al objeto de ese contrato.
- No es apropiado que las empresas auspiciantes paguen por comidas, viaje, u otros gastos de invitados de Profesionales del Área de Salud o de cualquier otra persona que no tenga un interés directo en la información que se transmite en la reunión educativa, tales como familiares o amigos de los invitados.
- Los sitios de reunión y su duración deberían estar subordinados en tiempo y foco al propósito de la conferencia. Lugares exóticos, de alto costo, suntuosos, en general no son considerados razonables.

## **3.2 APOYO A CONFERENCIAS EDUCATIVAS DE TERCEROS**

Apoyo a conferencias educativas de terceros Las conferencias independientes sobre temas educativos, científicos y de consenso, son medios frecuentes y positivos para la promoción del conocimiento científico, para el avance de las técnicas médicas y para el constante mejoramiento del cuidado de la salud humana.

Estas conferencias generalmente son auspiciadas por asociaciones médicas internacionales, nacionales, regionales o de especialidades.

Los Asociados, siempre y cuando sus propios Códigos y/o procedimientos o lineamientos internos se los permitan, pueden apoyar este tipo de conferencias de varias formas:

### 3.2.1

Auspicio o Becas Educativas, ya sea directamente con la asociación que organiza la conferencia a fin de ayudar a solventar los costos de ésta, o indirectamente a través de una institución de entrenamiento u organizador designado por la asociación para el evento en cuestión, con el fin de solventar la participación de estudiantes, becarios, residentes, o Profesionales del área de Salud.

Estos aportes serán aceptables sólo cuando la conferencia esté primariamente enfocada a promover objetivos científicos o educativos. Estos subsidios sólo pueden ser pagados a organizaciones e instituciones con un propósito educativo, y sólo pueden ser usados para cubrir gastos relacionados con esa actividad educativa.

### 3.2.2

Los Asociados, siempre y cuando sus propios Códigos y/o procedimientos o lineamientos internos se lo permitan, en ciertas circunstancias pueden cubrir los costos de viaje, alojamiento e inscripción de Profesionales del Área de Salud, para participar en conferencias educativas de terceros, cuando la conferencia esté relacionada con el área de especialidad del Profesionales del Área de Salud, tenga relevancia a nivel internacional, nacional o regional, y sólo si estos gastos son razonables y subordinados en tiempo y foco al propósito de la conferencia.

En estos casos debe haber un acuerdo formal aclarando que el objeto del soporte es contribuir a la formación profesional continua y que no tiene el propósito de inducir o crear compromiso de compra, recomendación, uso o prescripción de los productos del Asociado.

### 3.2.3

Recepciones y comidas: Los Asociados pueden cubrir los costos relacionados con comidas o recepciones relacionados con la conferencia, pero sólo si estos gastos son razonables y acordes en costo con la misma, y subordinados en tiempo y foco al propósito de la actividad.



### 3.2.4

Las actividades y su duración deberán estar subordinados en tiempo y foco al propósito medico científico. Lugares exóticos, de alto costo, spa, suntuosos no son considerados razonables.

### 3.2.5

Gastos relacionados con conferencistas o profesores: Los Asociados pueden cubrir gastos de la conferencia relacionados con los disertantes en la forma de, gastos de viaje, alojamiento, y comidas, Los honorarios profesionales podrán ser pagados si el profesional es disertante en un congreso de terceros y fue contratado por el asociado de CADIEM para ese fin.

### 3.2.6

Publicidad y demostraciones: Los Asociados pueden comprar publicidad, o pagar por alquiler de espacios de exhibición durante las conferencias.

### 3.2.7

Se sugiere que todas las actividades descriptas más arriba estén plasmadas en un acuerdo o documento con la especificación del soporte o patrocinio brindado, y acompañado de la agenda científica.

### 3.2.8

Bajo ninguna circunstancia los Asociados patrocinarán actividades meramente y/o recreativas.

### 3.2.9

En ningún caso se pagará por el lucro cesante, es decir, no se podrá ofrecer compensar el tiempo empleado por los Profesionales del Área de Salud para asistir a un evento.

### 3.2.10

El soporte a conferencias educativas de terceros de cualquier actor del sistema debe estar condicionado ni relacionado a la obligación por parte de éste de prescribir, adquirir o utilizar un dispositivo médico.

### 3.2.11

El apoyo mencionado en los puntos precedentes no debe extenderse a otras personas distintas a los profesionales de la salud involucrados.

## 3.3 REUNIONES DE PROMOCIÓN O VENTAS

Es natural que los Asociados mantengan reuniones con Profesionales del Área de Salud para analizar productos o servicios, para negociación de contratos y concreción de ventas. Es corriente que en el curso de estos encuentros, ocasionalmente los Asociados paguen por recepciones o comidas en las que participen Profesionales del Área de Salud, empero esto sólo será aceptable cuando el costo sea razonable y los participantes tengan una relación directa con el objeto de la reunión. También es aceptable el pago de gastos de viaje cuando esto sea necesario (demostraciones de equipamiento no portátil, demostraciones en centros de salud especializados, visitas a plantas de fabricación, etc.).

## 3.4 ACUERDOS CON ASESORES

Los Profesionales del Área de Salud pueden ser asesores de los Asociados, prestando servicios de consultoría, incluyendo trabajos de investigación, supervisión de casos clínicos o cirugías, haciendo presentaciones en entrenamientos auspiciados por el Asociado o asesorando sobre productos.

Es adecuado que los Asociados paguen una compensación razonable por este tipo de servicio, siempre que exista un acuerdo previo de asesoría de buena fe.

Los siguientes hechos son requisitos de un acuerdo de asesoría de buena fe entre las partes:

**Los acuerdos de asesoría deben ser escritos y firmados por las partes, deben especificar los servicios que se prestarán, el plazo de la prestación de los servicios y las compensaciones que se pagarán por estos servicios.**

- Las compensaciones pagadas a asesores deben ser consistentes con el valor razonable de mercado por los servicios prestados.
- El número de asesores que tenga una empresa puede variar según la especialidad y el tipo de asesoramiento requerido, el mismo debería ser un porcentaje poco significativo del total de profesionales de esa área.
- Los acuerdos de asesoría solo deberían acordarse cuando exista un propósito y necesidad legítimo, identificado claramente por anticipado, para los servicios requeridos.
- La selección de asesores debe ser basado en la experiencia y calificaciones de profesional para atender el propósito de la asesoría. Nunca debe ser en base al volumen o valor de negocios generado, o potencialmente generable por el asesor.
- El ámbito y las circunstancias de las reuniones de Asociados con asesores debe ser adecuado al objeto del motivo de la consulta. Estos encuentros deben ser conducidos de forma profesional en un ambiente clínico, educativo, en conferencias o incluso en hoteles u otros locales comerciales de reunión, orientados al efectivo intercambio de información objeto de la consulta.
- Las comidas o recepciones que se ofrezcan durante una reunión de asesoramiento deben ser de un costo razonable y acorde con el objeto de la reunión. Deben estar subordinadas en tiempo y foco al propósito primario de la reunión.
- Los Asociados pueden hacer pagos a los asesores en compensación de gastos incurridos por el objeto de llevar a cabo la consulta, estos gastos deben ser razonables y pueden incluir gastos de viaje, comidas, alojamiento e inscripciones incurridos por los Asesores, siempre que estos estén en relación directa con el objeto de la consulta.
- Cuando un Asociado contrata con un asesor servicios de investigación debe haber un protocolo de investigación escrito.
- Lo antedicho sobre acuerdos de asesoría, es independiente de la contratación en relación de dependencia de profesionales de la salud, la cual se rige por la legislación laboral.

## 3.5 REGALOS

Dado que los productos y servicios de tecnología médica suelen estar financiados por programas de salud gubernamentales, o por financiadores que no son quienes recomiendan o prescriben los mismos, los requisitos con respecto a cortesías y regalos empresariales, dirigidos a quienes si recomiendan, están sujetos a mayores restricciones que en otras industrias.

Los Asociados no deben ofrecer regalos o pagos en dinero o equivalentes a ningún agente del sistema ni a Profesionales del Área de Salud. No obstante, ocasionalmente pueden ofrecerse regalos, o cortesías de valor razonable, como promociones empresariales, que forman parte de la práctica comercial habitual, como por ejemplo regalos que beneficien a pacientes o tengan un propósito educativo genuino, como textos médicos o modelos para uso educativo.

### **Pruebas útiles para determinar si un regalo es apropiado son:**

- 1) El regalo no debe crear obligación de reciprocidad en quien lo entrega o lo recibe
- 2) La acción debe poder ser exhibida y soportar el escrutinio público
- 3) Su costo debe ser modesto.

Los regalos en general deben estar limitados a artículos relacionados con la práctica de los Profesionales del Área de Salud o ser de índole educativa. Deben evitarse regalos que beneficien en forma personal al Profesional del Área de Salud. Esta sección no contempla la práctica legítima de facilitar muestras sin cargo para evaluación de productos.

Los Asociados podrían en ciertas ocasiones hacer donaciones con propósitos específicos, tales como entrega de equipamiento o productos para la colaborar con la asistencia sanitaria, apoyo a investigaciones científicas genuinas para el avance de la ciencia, cuidado de pacientes indigentes, educación de pacientes, educación pública, o auspicio de eventos cuya recaudación sea para fines benéficos.

Las donaciones deberán ser hechas solamente a entidades constituidas legalmente y fiscalmente registradas. (Por ejemplo: organizaciones benéficas, instituciones públicas o privadas dedicadas al cuidado de la salud, o salas de atención primaria) siempre y cuando se lo permitan sus estatutos, y el propósito sea acorde a lo descrito en el presente acápite.

**No está permitido que un Asociado haga este tipo de donaciones con el propósito de inducir a Profesionales del Área de Salud la compra, renta, recomendación, uso o prescripción de productos y servicios.**

No está permitido realizar donaciones con el objetivo de cubrir aquellos gastos que hagan a las actividades cotidianas y obligaciones de dichas entidades (por ejemplo: alquileres de edificio, sueldos de empleados, servicios, pago de impuestos, etc.).

No obstante, si la donación será realizada a una institución de asistencia social o humanitaria y existan necesidades primarias reconocidas y documentadas, este tipo de donación podrá otorgarse conforme a los programas benéficos de cada Asociado.

**Cualquier donación que se haga deberá estar adecuadamente documentada en un acuerdo o documento con la especificación de la donación brindada aclarando que la donación no está condicionada ni relacionada a la obligación por parte del beneficiario de recomendar, adquirir, recetar,, usar, influenciar una compra de productos de tecnología o equipamiento médico y/o servicios provistos por empresas del área de salud.**

Algunos ejemplos de donaciones aceptables, incluidos en el presente acápite, pero no limitados al mismo, son:

Becas para apoyar la educación genuina de estudiantes de medicina, residentes, concurrentes u otro personal médico.

Apoyo para investigaciones con propósitos científicos:  
Los Asociados pueden ofrecer auspicios para el apoyo de investigaciones científicas genuinas. El objetivo de estas donaciones debe quedar claramente documentado.

Educación pública: Los Asociados pueden auspiciar programas de educación para los ciudadanos en general o los pacientes en particular, sobre tópicos del cuidado de la salud.

## **5** Obligaciones Legales/de Cumplimiento

El éxito de CADIEM en la jerarquización del mercado argentino de insumos, equipamiento y servicios de Área de la salud depende del conocimiento y respeto de sus Asociados a los requisitos legales y regulatorios que rigen su trabajo. El cumplimiento de las leyes y regulaciones junto con el seguimiento voluntario de este Código de Ética Empresaria crea una base sólida sobre la cual edificar los valores corporativos que nos definen como Cámara Empresarial.

### **5.1 REGULACIONES Y LEYES: SU CUMPLIMIENTO**

La industria del cuidado de la salud es una actividad regulada y fiscalizada, e involucra a todas las áreas funcionales del negocio de los Asociados. Independientemente del trabajo que desempeñe una persona en una empresa, existen estándares legales, regulatorios y éticos que se deben asumir y cumplir. Dado que las regulaciones que rigen a las empresas del Sector de Bienes y Servicios de Tecnología Médicas son obligatorias los Asociados deberá tener conocimiento de todas aquellas concretas a su especialidad.

### **5.2 COMPETENCIA LEAL**

En Argentina existen leyes y normativas sobre competencia leal con el fin de garantizar la adquisición de productos, donde se pueda elegir libremente entre una variedad de bienes o servicios a precios competitivos, sin restricciones inadecuadas como pueden ser acuerdos de precios entre proveedores, monopolios, etc.

Este Código de Ética Empresarial fomenta el respeto de las leyes aplicables sobre competencia leal.

Los Asociados deben apoyar prácticas comerciales éticas y una conducta empresarial responsable, en ningún caso se deben utilizar métodos ilegales o que puedan condicionar indebidamente la decisión independiente de Profesionales del Área de Salud o funcionarios que deciden la adquisición, renta, recomendación o prescripción de sus bienes y servicios.

Los ejemplos que detallamos más abajo, proporcionan algunos contextos relacionadas con las leyes de defensa de la competencia y lealtad comercial:

**Están prohibidas las negociaciones entre competidores sobre precios, ofertas, descuentos, promociones, beneficios, costos, términos y condiciones de venta, como así también los acuerdos entre las empresas para dividir territorios o clientes, limitar la oferta o la innovación.**

**Las empresas no deberían diferenciar, a favor o en contra, de ninguno de sus clientes.**

- Se desestimulan los métodos desleales de competencia y los actos o prácticas engañosas.
- No está permitido efectuar afirmaciones sobre un producto sin datos para sostenerlas.
- No se deben realizar declaraciones o comparaciones falsas o engañosas sobre los productos, ni menospreciar de forma infundada a un competidor o a sus productos.
- No se debe presentar un producto propio como si fuese el de otro fabricante, simulando el empaque o las marcas comerciales de un competidor.
- Participar directa o indirectamente en el área de administración o de departamentos de compras de Instituciones de Salud con el objeto de influenciar en la decisión de compra de bienes y servicios de los profesionales del área de salud.
- Ofrecer premios o recompensas de cualquier tipo por rechazar un producto de un competidor.

## **5.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

La publicidad de productos y servicios de tecnología médica están sujetas a las normas regulatorias vigentes. La promoción transmitida a los clientes mediante información impresa, a través de medios electrónicos, audiovisuales u otros deberán ser precisa, veraz y exacta y ajustarse a la normativa vigente en Argentina



## 6 Terceras partes

El presente Código será de aplicación a aquellos terceros que suscriban contratos o acuerdo con los Asociados para la promoción, co-promoción, agencia, distribución y/o representación de cualquier naturaleza.

Los Asociados deberán tomar todos los recaudos y diligencias necesarias que cumplimiento de las terceras partes con los principios de este Código.

En caso de inobservancia por parte de estos terceros a los principios de este Código, haya suscripto algunos de los acuerdos mencionados precedentemente, será incumplimiento.

## 7 Respeto por las personas

**CADIEM tiene como objetivo primordial un mercado en el cual el paciente sea tratado con respeto y dignidad.**

Este principio esencial hacia el prójimo está presente en todos los aspectos de nuestro trato con colegas, médicos y otros Profesionales del Área de Salud.

### 7.1 ORGANIZACIONES PROFESIONALES

CADIEM cree firmemente en el servicio a la industria, y anima a la participación individual y corporativa en organizaciones y sociedades profesionales. Al estimular a sus Asociados y a sus directivos y empleados a compartir sus capacidades y experiencia con estos grupos, los Asociados invierten en el éxito de la industria de la salud y en su crecimiento de forma ética y profesional.

Del mismo modo CADIEM apoya el intercambio con otras organizaciones profesionales como colegios médicos, farmacéuticos y sociedades científicas y con otras organizaciones relacionadas con la industria del cuidado de la salud.

**Este Código de Ética empresarial es una declaración de los principios fundamentales que rigen las decisiones de los Asociados, intentan facilitar el comportamiento ético, y no pretenden ni deberían considerarse como consejo o asesoramiento legal ni profesional de ningún tipo.**

Este Código no pretende definir ni crear derechos ni categorías de los mismos. Los Asociados comunicarán este Código de Ética empresarial a sus agentes y distribuidores con el interés que adhieran a los mismos.

## **8 Garantía de Cumplimiento**

La Comisión Directiva de CADIEM junto con la Comisión de Compliance velarán por el cumplimiento del presente Código, y tendrán facultades para trabajar en la reglamentación de las sanciones a ser aplicadas por incumplimientos al presente Código.



HIPOLITO YRIGOYEN 636 . 6° B, CABA

[INFO@CADIEM.ORG.AR](mailto:INFO@CADIEM.ORG.AR)

(+54) 11 4342-3107 / 6017

[WWW.CADIEM.ORG.AR](http://WWW.CADIEM.ORG.AR)

**CADIEM** **CAMARA ARGENTINA**  
DE INSUMOS, IMPLANTABLES  
Y EQUIPAMIENTO MÉDICO