

OBJETIVO

Generar una relación de confianza y conectar con el consumidor a través de nuestras marcas y por medio de una comunicación honesta, garantizando en todo momento información clara sobre el uso, beneficios, ingredientes, innovación y lanzamientos de nuestros productos.

Nos comprometemos a ser totalmente transparentes en difundir información a través de los medios de comunicación tradicionales, así como en nuestros sitios web, redes sociales, números de atención telefónica, puntos de venta, etiquetas de productos, entre otros, asimismo, transmitir al consumidor el valor de nuestros productos, siendo siempre conscientes de sus necesidades.

ALCANCE

Esta Política es global y aplica a cada país en el que Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V., sus filiales, subsidiarias y grupos de interés, de manera adicional y complementaria a lo estipulado en las leyes aplicables para cada país. Si alguna disposición de esta política se contrapone con lo estipulado en las leyes aplicables para algún país determinado prevalecerá lo estipulado por las leyes de ese país.

1. DEFINICIONES

Los siguientes términos, utilizados con mayúscula inicial en el presente documento, tienen los siguientes significados (todos los términos que se utilicen en forma singular en este documento tendrán el mismo significado cuando se utilicen en forma plural y viceversa).

CONCEPTO	DEFINICIÓN
DIGNIDAD HUMANA	Valor inherente del ser humano por el simple hecho de serlo, en cuanto ser racional, dotado de libertad.
DISCRIMINACIÓN	Trato diferenciado y desigual hacia una persona o un grupo en diversos ámbitos de la vida social en función de una o varias categorías, sean estas reales, atribuidas o imaginarias, tales como la cultura, el género, la edad o la clase social.
CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Composición de diferentes estrategias y acciones que persiguen el objetivo de promocionar y gestionar la relación con todos los públicos relevantes para una persona, empresa, institución, evento, producto o servicio.

2. NUESTROS PRINCIPIOS

- Toda nuestra comunicación debe ser legal, ética, decente, honesta y veraz.
- Ningún tipo de comunicación y/o promoción deberá afectar la confianza del consumidor.
- La publicidad comercial debe respetar la dignidad humana y no debe incitar ni fomentar ninguna forma de discriminación, basada en el origen étnico o nacionalidad, color de la piel, cultura, condición social o económica, religión, edad, identidad de género, orientación sexual y/o discapacidad.
- Indicamos a través de una comunicación clara el correcto uso de nuestros productos, sin poner en riesgo a los consumidores.
- Nuestra publicidad comercial no debe, sin excepción, contener ninguna representación visual o descripción de prácticas potencialmente peligrosas, o situaciones que muestren un menosprecio por la seguridad o salud.
- Cumplimos con las regulaciones internacionales y normatividad local aplicable a publicidad de productos, en los países donde operamos, además de que nos alineamos voluntariamente a los códigos de ética de las cámaras industriales de las cuales somos miembros.
- Nuestras campañas de comunicación deberán cumplir con los principios de competencia leal.

- Nuestras campañas de comunicación deberán cumplir con la legislación aplicable en términos regulatorios, protección al consumidor y propiedad intelectual.

3. NUESTRA COMUNICACIÓN

- Hacemos presentaciones honestas y claras de nuestras marcas; incluyendo su apariencia, beneficios, rendimiento, desempeño e ingredientes que componen el producto y su valor, tanto en términos absolutos como en relación con cualquier producto de la competencia que eventualmente estuviese representado.
 - Usamos el producto actual disponible para los consumidores(as).
 - Estamos comprometidos con desarrollar una comunicación que cumpla a cabalidad con los aspectos médicos y científicos correspondientes a nuestros productos. Toda nuestra publicidad y promoción se basa en pruebas médicas y científicas válidas, de acuerdo a información internacional aplicable a medicamentos, y a las reglamentaciones relevantes para medicamentos de venta libre y productos de cuidado personal.
 - No utilizamos terminología y/o vocabulario científico para sugerir o engañar al consumidor.
 - Usamos materiales y actividades promocionales después de que hayan sido revisados y aprobados a través de procedimientos que cumplen con las regulaciones internacionales y la normatividad local aplicable. Los usamos con el público objetivo en la forma en que están aprobados para su uso.
 - Nuestra publicidad comercial no debe contener afirmaciones o representaciones visuales que puedan confundir a los consumidores sobre los aspectos o ventajas ambientales de nuestros productos, ni sobre las acciones tomadas a favor del medio ambiente, salvo integrando estudios científicos probatorios que respalden dicha información.
 - Nuestras declaraciones de índole ambiental deben ser claras en cuanto a su objeto, ya sea este el producto, un componente específico del producto, su empaque o un componente específico del empaque.
 - No proporcionaremos recomendación médica. En caso de que un consumidor solicite consejo médico, lo dirigiremos a un profesional de la salud.
 - Los representantes médicos reciben capacitación médico-científica sobre los productos que promocionan y sobre las enfermedades que los productos están diseñados para tratar.
 - Los representantes médicos salvaguardan la calidad de la información proporcionada a los profesionales de la salud.

4. NUESTRO PÚBLICO

- Garantizamos que las interacciones con nuestros consumidores y consumidoras, como con los profesionales de la salud, sean siempre bajo un sentido ético y basadas en principios clave:
 - Proporcionar información sobre nuestros productos y servicios innovadores de forma abierta, transparente, honesta, oportuna y conforme a las normas.
 - Proporcionar información ética, médica y científica sobre nuestros productos.
 - Estar comprometidos y respaldar la seguridad y eficacia de nuestros productos.
 - La comercialización y comunicación se basa en evidencia médica y científica válida.
 - No proporcionar ventajas indebidas por la prescripción de nuestros productos.
- Tendremos especial cuidado con la publicidad comercial que presente a bebés, niños, niñas o adolescentes. Menores de edad que aparecen en nuestra publicidad serán representados de manera justa, y estarán debidamente protegidos.
- Nuestra publicidad no se dirige al público infantil.
- Cuando se recopilen datos personales de cualquier individuo, se debe respetar y proteger cuidadosamente su privacidad cumpliendo con las reglas y normativas aplicables.

La presente declaratoria se encuentra alineada a nuestro Código de Conducta y Ética, esta será revisada anualmente y será comunicada a todos los integrantes de la organización. Teniendo como fin último promover un comportamiento responsable y correcto en materia de comunicación y generación de contenidos, entre nuestros colaboradores y para nuestros grupos de interés.



Marco Sparvieri
CEO
April, 2023