

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	-----------------------------------

Consultoría, Actividades Promocionales y Materiales Promocionales

1. PROPÓSITO

Brindar los lineamientos para que todas las actividades e interacciones de **GEO SALUD S.A. DE C.V. en adelante “PR MEDICAL O LA EMPRESA”**, así como cualquiera de sus socios comerciales, terceros intermediarios (“TI”), proveedores, Profesionales de la Salud (“PS”), Funcionarios del Gobierno (“FG”), grupos de pacientes y el público en general, sean llevadas a cabo de manera responsable, ética, profesional y en cumplimiento con las leyes y regulaciones aplicables.

Dar un servicio personalizado a las empresas de la Industria Farmacéutica (“IF”), en adelante “LOS CLIENTES”, que soliciten nuestros servicios bajo acuerdos claros, confidencialidad y contratos descriptivos de los proyectos.

2. ALCANCE

- Esta Política aplica para todos los empleados de PR MEDICAL, Terceros Intermediarios (“TI”), Consultores y otros representantes de LA EMPRESA que participan o planean participar en la promoción o venta de los productos y servicios que ofrece PR MEDICAL.
- Esta Política aplica a actividades de carácter promocional, por ej. Diseño de materiales o actividades con presencia de logos o marcas.
- Esta Política aplica a actividades de carácter no promocional, por ej. Consejo consultivo (comúnmente conocido como Advisory Board), publicaciones científicas, presentaciones científicas en congresos o educación médica independiente, así como medios electrónicos usados en plataformas patrocinadas por terceros (“PROVEEDORES”).

3. DEFINICIONES

A) Artículo Promocional – Objeto que se obsequia a PS o público en general que contiene impresa la marca, nombre o logo de algún producto, servicio o empresa. Referirse a la lista autorizada de Artículos Promocionales aprobada por LOS CLIENTES y/o PR MEDICAL.

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

B) Conferencista – Es un EXPERTO contratado y capacitado por LOS CLIENTES y/o PR MEDICAL para presentar información médica, educativa, científica, así como Materiales Promocionales previamente aprobados durante un Evento o Programa patrocinado por LOS CLIENTES

C) Consultor – Es una persona (física o moral) que PR MEDICAL contrata con el propósito de proporcionar asesoría especializada, guía, información y/o retroalimentación.

D) Encuentro o Evento Educativo – Es un evento no promocional o una reunión patrocinada u organizada por LOS CLIENTES o PR MEDICAL con previa autorización del mismo (o por un TI en nombre y representación de LOS CLIENTES), que tiene como propósito primario facilitar el intercambio de información médica y discusión científica, no está previsto para promocionar los beneficios o el uso de los productos de propiedad de LOS CLIENTES, sino discutir la información científica o médica objetiva con respecto a una enfermedad o área terapéutica de interés de LOS CLIENTES.

E) Evento Promocional – Es un evento o una reunión patrocinada u organizada por LOS CLIENTES que tiene como propósito promover los beneficios o el uso correcto de los productos de su propiedad.

F) Funcionario del Gobierno (“FG”) – Cualquier empleado del gobierno, funcionario elegido o designado, candidato a un cargo público (incluso si no está actualmente en funciones); un PS que trabaje en un programa de cuidado de la salud público o patrocinado por el gobierno (por ej. Hospital de una Universidad del estado, un programa financiado por el gobierno, etc.); un consultor, conferencista o vocero contratado por LOS CLIENTES que sea un empleado del gobierno; un funcionario del gobierno que es contratado por LOS CLIENTES y/o PR MEDICAL para actividades de investigación; un funcionario o empleado de una organización internacional pública o no gubernamental (algunas veces referidas como “ONG”) tales como las Naciones Unidas, la Cruz Roja, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial o empleado de una agencia pública y otras empresas u organizaciones parcial o totalmente controladas por un gobierno.

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

G) Información para prescribir del Producto – Es la información para prescribir según lo aprobado por la autoridad regulatoria local de conformidad con los requisitos locales de autorización de comercialización.

H) Institución de Salud (“IS”) – Cualquier organización de la profesión médica o de enfermería, organizada con fines de lucro o no (incluyendo hospitales, facultades de medicina, centros de salud, centros de enfermería especializada, agencias de cuidado en el hogar, centros quirúrgicos, centros de convalecencia e instalaciones de tipo ambulatorio) o cualquier otra organización que en el curso de sus actividades puede prescribir, recomendar, comprar, suministrar o administrar un producto farmacéutico o un dispositivo médico.

I) Insumos para la salud – Los medicamentos, sustancias psicotrópicas, estupefacientes y las materias primas y aditivos que intervengan para su elaboración; así como los equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, material quirúrgico, de curación y productos higiénicos

J) Material de uso interno – Aquellos materiales impresos o electrónicos que contienen información para prescribir medicamentos u otra información relacionada con los productos de LOS CLIENTES y que son empleados exclusivamente para exponer o entregar con fines informativos o de capacitación a empleados de LOS CLIENTES y/o PR MEDICAL.

K) Materiales Promocionales – Son aquellos relacionados con un producto o servicio, que contiene impresa la marca, nombre o logo de algún producto de LOS CLIENTES. Éstos pueden ser ya sea Material de uso Interno, Artículos Promocionales o cualquier otro material que sea destinado a la promoción de los productos de LOS CLIENTES.

L) Medio de difusión – Es el que se utiliza para difundir los anuncios publicitarios a la población en general, incluyendo PS, y que incluye televisión, cine, radio, espectacular, laterales de transporte, anuncios luminosos, carteles, prensa, revistas, correo directo, catálogos, folletos, volantes, material de punto de venta, así como cualquier otro medio de comunicación, sea impreso, electrónico, telefónico,

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

informático, de telecomunicaciones y cualquier otra tecnología, incluidas las redes sociales.

M) Productos cosméticos – Son las sustancias o formulaciones destinadas a ser puestas en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos, o con los dientes y mucosas bucales con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos, ayudar a modificar su aspecto, protegerlos, mantenerlos en buen estado o corregir los olores corporales o atenuar o prevenir deficiencias o alteraciones en el funcionamiento de la piel sana. No podrán atribuirse a los productos cosméticos acciones propias de los medicamentos, tales como curar o ser una solución definitiva de enfermedades, regular el peso o combatir la obesidad ya sea en el nombre, indicaciones, instrucciones para su empleo o publicidad.

N) Profesional de la Salud (“PS”) – Cualquier miembro de las profesiones médica, dental, farmacia o enfermería o cualquier persona que en el curso de sus actividades profesionales pueda prescribir, recomendar, comprar, arrendar, suministrar, utilizar o administrar productos farmacéuticos o dispositivos médicos.

O) Programa o Sesión de Conferencista – Es un programa o una sesión promocional educativa patrocinada por LOS CLIENTES acerca de un producto en las indicaciones aprobadas y autorizadas, presentado por un conferencista experto y capacitado por LOS CLIENTES y/o PR MEDICAL ante una audiencia de PS, pacientes o cuidadores. Este puede incluir pláticas, teleconferencias o eventos transmitidos por medios electrónicos.

P) Promoción – Es una actividad, material, encuentro o evento realizado por PR MEDICAL, LOS CLIENTES o un TI en relación con un producto comercializado que pretende influir en la potencial prescripción o los hábitos de compra de un individuo o entidad.

Q) Reacción Adversa – Es cualquier reacción nociva no intencionada que aparece a dosis normalmente empleadas en el ser humano para la profilaxis, el diagnóstico, o el tratamiento para la modificación de una función fisiológica.

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

R) Suplementos alimenticios – Productos a base de hierbas, extractos vegetales, alimentos tradicionales, deshidratados o concentrados de frutas, adicionados o no, de vitaminas o minerales, que se puedan presentar en forma farmacéutica y cuya finalidad de uso sea incrementar la ingesta dietética total, complementarla o suplir alguno de sus componentes. No podrán atribuirse a los suplementos alimenticios acciones propias de los medicamentos (por ej., que son útiles para prevenir, aliviar, tratar o curar una enfermedad, trastorno o estado fisiológico).

S) Tercero Intermediario (“TI”) – Cualquier individuo o entidad ajeno a LOS CLIENTES o PR MEDICAL, que es contratado para fungir como intermediario entre LOS CLIENTES y otro tercero. Los TI pueden incluir, de manera enunciativa más no limitativa, distribuidores, corredores aduanales, mayoristas, agentes aduanales, agentes de transportes y aduanas, agencias de viajes, empresas de montaje, audio, video y similares.

T) Uso Autorizado o Indicado (“on-label”) – Es cualquier información consistente con el uso autorizado de un producto aprobado por las autoridades sanitarias locales. Ésta incluye información tal como: indicación, eficacia, forma farmacéutica, régimen de dosificación, grupos etarios u otro parámetro de uso mencionado en la información aprobada (IPP).

U) Uso No Autorizado o Indicado (“off-label”) – Es cualquier información que **NO** está autorizada por las autoridades sanitarias locales. Ésta incluye información tal como evidencias o testimonios médicos, estudios clínicos en marcha o cualquier uso que se encuentra bajo investigación o que se ha sometido a la revisión de una agencia regulatoria (por ej. COFEPRIS), pero que no ha sido aprobada.

4. ROLES Y RESPONSABILIDADES

Actividades Comerciales y/o Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar Materiales que cumplan con los estándares de información promocional descritos en esta Política y de acuerdo con las leyes y reglamentos emitidos por COFEPRIS y con aprobación de LOS CLIENTES. • Documentar la revisión y aprobación interna y externa a los Materiales Promocionales de acuerdo con los procedimientos y requisitos de documentación que se desarrollen para tal efecto.
---------------------------------------	--

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • Someter los Materiales Promocionales a aprobación de LOS CLIENTES y si así fuera necesario, a las autoridades correspondientes. • Realizar las modificaciones que sean solicitadas por LOS CLIENTES y según aplique, someter nuevamente para aprobación. • Llevar a cabo la producción de los materiales únicamente después de recibir las aprobaciones descritas en esta Política.
Gerencia Médica	Proporcionar la retroalimentación y revisión para asegurar que los materiales en diseño, contenido, slogan y marcas son: <ol style="list-style-type: none"> 1. Medicamentos adecuados, exactos y clínicamente relevantes para la audiencia, 2. Consistentes con la práctica médica actual, 3. Reúnen los requisitos médicos estándar, incluyendo que: <ul style="list-style-type: none"> • El contenido está fundamentado (con referencias que respaldan la evidencia) y consistente con el peso de la evidencia; • La información o los datos utilizados en los materiales es exacta y está adecuadamente adaptada a las referencias; • El contenido está científicamente balanceado; • Las referencias citadas en el material son consistentes con la etiqueta del Producto. (Consulta con las áreas Legal y Compliance de LOS CLIENTES, según lo considere pertinente en caso de requerir su asesoría para interpretar algún lineamiento o revisar un material). • Proporcionar la aprobación para que los Materiales Promocionales sean consistentes con los reglamentos y directrices de la autoridad regulatoria local, los códigos de la industria y las políticas de LOS CLIENTES Y PR MEDICAL
Relación con área de Asuntos Regulatorios, Legal y Compliance	Garantiza que la información no se relaciona con materiales que: <ul style="list-style-type: none"> • Tengan una solicitud de registro o de comercialización ante la autoridad regulatoria local pendiente de aprobación; • Han sido previamente rechazados o considerado objetable por parte de la autoridad regulatoria local. • Actuar como el principal contacto con la autoridad regulatoria local con respecto a cualquier comunicación

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

	relacionada con el Material Promocional (según sea necesario) <ul style="list-style-type: none"> • Consulta con las áreas Legal y Compliance, según lo considere pertinente en caso de requerir su asesoría para interpretar algún lineamiento o revisar un material. • Proporcionar asesoría en respuesta a solicitudes específicas por LOS CLIENTES para completar satisfactoriamente el proceso de revisión y aprobación de materiales promocionales.
--	--

5. POLÍTICAS

5.1 Todas las actividades y materiales promocionales deberán estar destinados a informar a la audiencia acerca de los productos o servicios de LOS CLIENTES y de proporcionar información científica y educativa, exacta, actualizada y balanceada buscando el mayor beneficio para el paciente. Adicionalmente, las actividades y los materiales promocionales deben cumplir con las leyes, reglamentos y códigos aplicables.

5.2 Todas las actividades y los materiales promocionales deben promover los productos de LOS CLIENTES de una manera consistente con la información aprobada del producto más actualizada en el territorio en que se comercialice.

5.3 No se puede ofrecer o proporcionar nada que busque influir de manera inapropiada en la prescripción, compra, suministro, dispensación o administración de los productos de LOS CLIENTES.

5.4 Todos los materiales promocionales realizados deben ser aprobados por las áreas apropiadas de LOS CLIENTES y por COFEPRIS para los casos que sea aplicable.

5.5 PR MEDICAL junto con las áreas correspondientes de LOS CLIENTES deberán desarrollar un proceso de aprobación formal que incluya tiempos establecidos para el sometimiento de cualquier material además de requisitos mínimos de calidad de la documentación que los acompañe, así como el establecimiento de formatos en donde se señale claramente el nombre del aprobador y la fecha en que ocurrió la aprobación.

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

5.6 Los materiales promocionales no deben ser de fabricación casera y no deben ser modificados, (por ej. resaltados, marcados, subrayados, protagonizados, marcados, con notas post it, etc.). Esto también aplica para los medios electrónicos elaborados por PR MEDICAL.

5.7 Los siguientes no requieren de la aprobación de COFEPRIS ni de los Revisores:

- a. La publicidad que se realice sobre ofertas o promociones comerciales relacionadas exclusivamente con el precio de los productos, servicios y actividades, pero cuando se refiera a ellos en forma particular o por sus marcas deberá incluir la leyenda que corresponda de acuerdo con las leyes y reglamentos vigentes.
- b. Los artículos promocionales cuando únicamente se incluya la denominación distintiva, la denominación genérica o la razón social.
- c. Las muestras y originales de obsequio ya sea de medicamentos, productos cosméticos o suplementos alimenticios.

5.8 Todo el material promocional y las actividades iniciadas, organizadas o financiadas de LOS CLIENTES deberán revelar de manera clara la participación específica del mismo.

5.9 En algunos casos LOS CLIENTES puede co-promocionar un producto de SU PROPIEDAD con PR MEDICAL. En dichos casos, se requiere que todas las áreas de PR MEDICAL estén alineados a las políticas de LOS CLIENTES y que además cumpla con esta Política.

5.10 Estándares de Información Promocional (Incluye Medios Electrónicos)

- a. Promoción balanceada, sustentada y no engañosa: La información promocional deberá proporcionarles a los destinatarios información actualizada, exacta, equilibrada, justa, objetiva, verificable y respaldada por evidencia científica. Toda la información promocional debe ser legible y tener fundamento científico. La información promocional no debe ser presentada de una manera que distorsione u omita información que de otro modo sería de valor para el destinatario para formarse una opinión sobre los productos de LOS CLIENTES. Adicionalmente, toda la información que soporte una aseveración promocional realizada por LOS

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

CLIENTES y/o PR MEDICAL debe estar fácilmente disponible para responder a las solicitudes de dicha información de manera oportuna.

- b. Comparaciones: La información promocional que ofrezca una comparación entre un producto de LOS CLIENTES y un producto del competidor debe ser verificable mediante estudios comparativos y debe ser presentada de manera justa y equilibrada, a fin de no inducir a error, confusión o desinformación al PS, paciente o consumidor final.
- c. Competencia y Confidencialidad: PR MEDICAL acepta la responsabilidad de NO trabajar al mismo tiempo con productos de competencias directa y mantener en todo momento la confidencialidad tanto estratégica como organizacional de LOS CLIENTES, lo cual estará asentado por escrito.
- d. Seguridad del Producto:

El propósito de establecer un proceso de rescisión y aprobación de materiales promocionales tanto impresos como electrónicos es garantizar que todo el Material Promocional generado y utilizado por LOS CLIENTES es balanceado, y científicamente exacto, veraz, no engañoso y que cumple con todas las leyes locales, reglamentos y códigos de la Industria. De tal manera, los EQUIPOS DE TRABAJO, formados por personal de LOS CLIENTES y PR MEDICAL deben contar, con personas que posean los conocimientos adecuados para desempeñar una función tanto médica como regulatoria.

Este equipo de trabajo debe ser competente en la aplicación de las políticas y los procedimientos locales relacionados con las sustancias y el uso del Material Promocional. (Esto incluye todos los medios electrónicos de distribución de los materiales, científicos, promocionales o con fines de promover la prescripción o recomendación.
- e. Todas las decisiones (por ej. Aprobación, rechazo, solicitud de modificaciones) por parte del equipo de trabajo para el proceso de revisión deben estar documentadas y mantenidas en archivos que debe conservar PR MEDICAL y LOS CLIENTES para mantener el seguimiento y aclarar cualquier anomalía que se presente en, durante o después del proceso.

5.11 Actividades Promocionales

- a. Descripción general:

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

- I. Todas las actividades promocionales realizadas en nombre y representación de LOS CLIENTES deben enfocarse en informarle a la audiencia acerca de los productos de este y de proporcionar información científica y educativa, exacta y actualizada, para garantizar el mayor beneficio al paciente o consumidor.
- II. Las actividades promocionales pueden incluir presentaciones a los PS (ej. plática en consultorio, sala de reunión, área designada dentro de un restaurante, etc.), la difusión de la información y/o materiales promocionales del producto, las actividades desarrolladas por los equipos de ventas y marketing de LOS CLIENTES, los programas de conferencias y otras actividades relacionadas con la promoción de un producto de LOS CLIENTES. En todo momento, los empleados y consultores de PR MEDICAL deberán conducirse y actuar bajo los lineamientos de LOS CLIENTES y bajo las normas descritas en esta política.
- III. Los empleados de PR MEDICAL, consultores y representantes de LOS CLIENTES **NO** podrán proporcionar, ofrecer (o aparentar) algún pago, remuneración o artículo de valor a un PS en intercambio por un compromiso para prescribir o continuar prescribiendo los productos de LOS CLIENTES o como recompensa por prescripciones pasadas. Nada debe ser ofrecido o proporcionado de una manera que interfiriera o se pudiera percibir que interfiere con la independencia de la práctica médica del PS.
- IV. Los empleados de PR MEDICAL, consultores contratados por LA EMPRESA, **NO** tienen permitido promover un producto para usos no autorizados o indicados, sin embargo, en algunos casos, durante las interacciones promocionales, los PS pueden tener preguntas con respecto a, o solicitar información sobre usos no autorizados o indicados de los productos de LOS CLIENTES, o sobre productos que aún no han sido autorizados por parte de la autoridad sanitaria. Cualquier pregunta sobre un uso no autorizado o indicado o producto aún no autorizado debe ser dirigida al Área Médica de LOS CLIENTES.
- V. Para fines de investigación de mercado, análisis de tendencias o percepciones, PR MEDICAL podrá realizar eventos con PS bajo pago de honorarios por la participación; esto previamente acordada con LOS CLIENTES y que serán diseñados con fines de análisis comercial y no estrictamente científico. Entre

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	-----------------------------------

estos eventos están; Advisory Board, Focus group, mesas redondas o cualquier otra herramienta que se aplique con fines de investigación mercadológica, estructurada bajo las necesidades específicas de cada cliente.

b. Planes de actividades promocionales:

- I. PR MEDICAL a solicitud de LOS CLIENTES deberá desarrollar e identificar un Plan de trabajo que describa las actividades promocionales por marca con base en las metas, los objetivos del negocio y el tiempo establecido. Cada uno de dichos planes deberá incluir actividades promocionales específicas y los materiales promocionales que serán necesarios. Dichos planes pueden ser actualizados según sea necesario a lo largo del periodo que ha sido contratado. El Plan para cada marca detallará lo siguiente:
 - Las necesidades del negocio para las actividades y materiales promocionales para el periodo respectivo;
 - El número estimado y los tipos de actividades y materiales promocionales que serán necesarios; y
 - Las cantidades presupuestadas a ser invertidas en actividades y materiales promocionales. Todo esto deberá estar estipulado en el presupuesto y la Orden de compra (OC) generada por LOS CLIENTES para realizar la actividad.
- II. Los planes anuales deben ser presentados para la revisión y aprobación de un responsable designado por LOS CLIENTES, el cual podrá solicitar los planes anuales para verificar su cumplimiento con esta Política. Todas las actividades promocionales deben ser consistentes con el Plan Anual aprobado.

c. Coaching de Visita Médica, Consultorios y Farmacias

- I. Los consultores de PR MEDICAL, y representantes de LOS CLIENTES sólo deben utilizar Materiales Promocionales que cumplen con esta política. Además, los hospitales, clínicas y consultorios de PS a menudo tienen sus propias reglas con respecto a las Interacciones con los PS y los pacientes. Por lo tanto, todos los representantes de LOS CLIENTES que realizan actividades

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

promocionales en estos entornos deben atenerse a las reglas aplicables de los hospitales, clínicas y consultorios. PR MEDICAL durante su proceso de acompañamiento y Coaching de campo deberá respetar en todo momento estas reglas y estatutos.

- II. En algunos casos, consultores de PR MEDICAL pueden realizar presentaciones informativas a los PS durante las horas de comida, siempre que éstas tengan un valor científico o educativo. Los alimentos pueden ser proporcionados junto con estas presentaciones, ya que éstas responden a una necesidad legítima del negocio.

d. Programas o sesiones de Conferencistas

- I. En ciertas circunstancias, los PS pueden ser contratados por PR MEDICAL y/o LOS CLIENTES para participar como conferencistas en sesiones científicas promocionales o no promocionales y recibir la capacitación necesaria para educar e informar a la comunidad médica de los beneficios, los riesgos y los usos adecuados de lo previsto en la información autorizada o indicada de los productos de LOS CLIENTES durante dichas sesiones.
- II. Debido a que las sesiones que son objeto de esta Política son típicamente de carácter promocional o de Investigación, todos los materiales utilizados durante las mismas deben ser revisados y aprobados por LOS CLIENTES o equipo de trabajo diseñado para este fin.
- III. En caso de que un conferencista de PR MEDICAL O LOS CLIENTES reciba una petición no solicitada de información acerca de Usos o Indicaciones no aprobadas durante el curso de un programa o sesión, el Conferencista debe: 1) abstenerse de proporcionar una respuesta sustantiva, 2) informar a la audiencia que la pregunta se relaciona con un uso o indicación no aprobada del producto y que no se recomienda su uso de ninguna manera en que no esté aprobada, y 3) responder al solicitante que el Conferencista podría darle seguimiento en privado después de la sesión para abordar la pregunta, momento en el cual deberá referirlo al Área Médica de LOS CLIENTES.

e. Exposiciones, Conferencias Comerciales y Eventos Educativos

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

- I. En algunas ocasiones PR MEDICAL y/o LOS CLIENTES, puede participar en exposiciones globales, nacionales, regionales y locales, conferencias, simposios y otros encuentros similares. El propósito de estos eventos es promover la conversación con respecto a temas científicos y médicos relevantes entre los PS.
- II. El personal de LOS CLIENTES puede colocar stands promocionales y/o exhibiciones en estos eventos para proporcionar información relacionada con sus productos. PR MEDICAL podrá participar en eventos de este tipo y todo el material difundido y mostrado y todas las comunicaciones con los asistentes a la conferencia, deben ser aprobados de acuerdo con esta política, y en el caso de comunicaciones orales, éstas deben ser coherentes con los materiales aprobados.
- III. La información sobre usos o indicaciones no aprobadas y la información no promocional no deben ser discutidas en los stands y/o exhibiciones promocionales. En caso de que un asistente solicite información sobre usos o indicaciones no aprobadas o información no promocional, éste debe ser dirigido al stand de Información Médica o si dicho stand no está presente en el evento, una solicitud de información médica debe ser completada y enviada al Área Médica de LOS CLIENTES.

5.12 Muestras y Originales de Obsequio.

Las muestras no deben ser proporcionados con la intención de influenciar a un FG, PS u otro tercero para que apruebe, reembolse, prescriba, compre o recomiende un producto de LOS CLIENTES. PR MEDICAL no deberá distribuir o repartir muestras médicas, ni originales de obsequio a no ser de tener una solicitud escrita de LOS CLIENTES y deberá apegarse estrictamente a las normas de entrega que marcan los organismos reguladores incluso en eventos y congresos médicos.

5.13 Comidas, Viajes y Hospitalidad

- a. Las comidas, los viajes y la hospitalidad nunca deben ser utilizados u ofrecidos con la intención de influenciar al destinatario para comprar, prescribir o recomendar un producto de LOS CLIENTES o como recompensa por hacer algo. Por lo tanto, las comidas, los viajes y la hospitalidad ofrecida o proporcionada a

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	--------------------------------

PS (y en circunstancias limitadas por lo que respecta a las comidas, los pacientes) deben ser modestas en costo y estar asociadas con una necesidad legítima del negocio. Siempre deberán ser acordadas con LOS CLIENTES y previamente aprobadas por el mismo si hay la necesidad de que PR MEDICAL cubra los gastos antes descritos.

- b. No se podrán proporcionar artículos ni patrocinar actividades de entretenimiento o recreativas a un PS. Esta regla aplica independientemente del valor de los artículos o las actividades, incluso si el entretenimiento es proporcionado junto con una presentación informativa o comida, una capacitación como conferencista o reunión de consultores o asesores.
- c. PR MEDICAL no puede organizar, patrocinar ni prestar apoyo para los eventos que se lleven a cabo en lugares conocidos primariamente por su entretenimiento o lujo o por ser ostentosos y en todo momento deberá estar alineados a las políticas y procedimientos de LOS CLIENTES.
- d. Las comidas o los eventos sociales que se desarrollan como parte de la agenda de un congreso o evento educativo organizado por sociedades médicas (por ej. cenas, recepciones con bebidas al cierre de cada día del evento) están permitidas, siempre y cuando sean secundarias al propósito científico del evento y cumplan con los lineamientos establecidos en los Códigos de la Industria Farmacéutica.

5.14 Requisitos de Capacitación

Todos los empleados de PR MEDICAL, Consultores y socios comerciales con responsabilidad de ventas o comercialización de los proyectos de los clientes, deberán ser capacitados sobre esta Política en forma periódica de al menos un año.

5.15 Responsabilidades en PR MEDICAL

Todos los empleados de PR MEDICAL son responsables de reportar cualquier violación potencial de esta política INTERNA, que pretende en todo momento ejecutar los proyectos solicitados por los clientes de acuerdo con los lineamientos y conducta del negocio de la Industria Farmacéutica.

 Transformamos proyectos en oportunidades	POLITICA GEOS-001	VIGENCIA: A PARTIR DE NOV 2019
---	-------------------	-----------------------------------

6.- ORDEN DE COMPRA.

PR MEDICAL proporcionará todos y cada uno de los servicios que ofrece a la Industria farmacéutica posterior a la firma de un contrato de confidencialidad y la Orden de Compra (OC), en que se describen los servicios contratados y su costo, aprobados por LOS CLIENTES a través de su Gerencia de Mercadotecnia, Gerencia de Ventas o Dirección Médica y las personas autorizadas para este fin.

7.- PR MEDICAL se reserva el derecho de desarrollar y trabajar cualquier proyecto con las compañías cuyos Códigos de Conducta no contravengan las políticas descritas en este documento, para mantener nuestra imagen, prestigio y ética de la compañía y de sus integrantes.

Leyó y aprobó:

QFB. GUSTAVO ENRIQUE ORDOÑEZ PUIG

Dirección de operaciones y compliance

gopuig@prmedical.com.mx

55 32 22 56 96