

GUÍA DE VERIFICACIÓN

**ESTABLECIMIENTOS ELABORADORES QUÍMICOS, FARMACÉUTICOS, BIOLÓGICOS Y ALIMENTICIOS.
PUBLICITARIO.**

MATERIAL

Nombre del Establecimiento: _____

Núm. Expediente SAGARPA: _____

Domicilio Fiscal: _____

Domicilio Establecimiento: _____

Domicilio Almacén: _____

Domicilio donde se realiza la verificación: _____

Información general

1	Art. 67 Fracc. I LFPA	Nombre, denominación o razón social del visitado				
2	Art. 67 Fracc. III LFPA	Domicilio correcto (calle, número, población o colonia, teléfono u otra forma de comunicación disponible, municipio o delegación, código postal y entidad federativa en que se encuentre ubicado el lugar en que se practique la visita.				
3	Art. 22 y 25 del Código Civil Federal	Especificar el giro de la empresa (actividad) mediante 1 ó 2 1. Persona moral: acta constitutiva (objeto social) 2. Persona física: Poder notarial Cotejar esta documentación contra la autorización de la SAGARPA, o bien, el acuse de solicitud de autorización, según corresponda.				
4	Arts. 3 y 6 RLFSFA	Solicitar plano de las instalaciones y diagrama de flujo del personal e insumos.				
5	Art. 110 LFSA Art. 197 RLFSFA	Tiene aviso o dictamen de funcionamiento ante esta Secretaría				
6	Art. 208 del RLFSFA	Ha notificado las modificaciones a su autorización recientes a la Secretaría				
7	Art. 181 y 195 RLFSFA 9.1 NOM-012-ZOO-1993 6.1 NOM-022-ZOO-1995 7 NOM-026-ZOO-1994	El establecimiento cuenta con un Médico Veterinario Responsable Autorizado por la Secretaría. (Identificar la vigencia)				
8	Art. 87 LFSA Art. 142 y 143 fracciones I, II y V, RLFSFA	Cuenta con relación de proveedores, distribuidores o clientes				
9	Art. 207 RLFSFA 6.3 NOM-012-ZOO-1993 6. NOM-026-ZOO-1994	La empresa presta servicios de maquila. En caso de que sí, solicitar el contrato de maquila.				
10	6.3.1 NOM-012-ZOO-1993	¿El contrato de maquila cumple con lo establecido en la Normatividad? Responsabilidad de ambas partes en mantener registros de compraventa y canales de distribución durante ocho años				
11	6.3.2 NOM-012 -ZOO-1993	Responsables solidarios Ambas empresas son elaboradoras				
12	6. NOM-026-ZOO-1994	Está notificado ante la Secretaría los convenios establecidos en el proceso de elaboración de un producto terminado				
13	Art. 149 RLFSFA	Los productos químicos biológicos, fabricados o importados que comercializa en el país y que por sus características son sujetos de control zosanitario, tienen número de regulación SAGARPA				
14	9.1. NOM-012-ZOO-1993	Los productos cuenta con dictamen anual por parte de una Unidad de Verificación, que avale el cumplimiento de esta Norma y las demás aplicables al caso.				
15		Tiene tarjetones u oficios de autorización de los productos regulados que elabora. En caso de que sí, solicitar evidencia documental.				

16	Art. 92 LFSA. Art. 150, 151, 152 y 162 RLFSA	Tiene proyectos de etiquetas aprobadas de los productos alimenticios regulados. En caso de que sí, solicitar evidencia documental.				
17		Tiene etiquetas impresas de los productos alimenticios regulados. En caso de que sí, solicitar evidencia documental. Cotejo contra proyecto aprobado.				

Requisitos del material publicitario					
18	4.1. NOM-059-ZOO-1997	Todo material publicitario se ajustará siempre a los principios generales de eficacia, legalidad, veracidad y autenticidad.			
19	4.2. NOM-059-ZOO-1997	Todo material publicitario referente a los productos y a las materias primas nacionales o importadas que son utilizadas en los productos, está sujeto a lo dispuesto por esta Norma.			
20	4.3. NOM-059-ZOO-1997	El material publicitario que se pretenda difundir a través de cualquier medio de comunicación, debe expresarse forzosamente en idioma español. Podrá expresarse en otro idioma el material publicitario que contenga nombres propios y/o marcas registradas o signos distintivos, así como aquella publicidad que incluya otros idiomas, siempre y cuando ésta se encuentre acompañada de su traducción al español.			
21	4.4. NOM-059-ZOO-1997	Cuando el material publicitario contenga afirmación de cualidades, beneficios, usos, indicaciones, componentes, elementos o propiedades, éstos deben ser exactos y comprobables.			
22	4.5. NOM-059-ZOO-1997	El material publicitario donde se presenten resultados de investigación, debe incluir las citas bibliográficas o referencias técnicas de los trabajos efectuados que permitan su comprobación.			
23	4.6. NOM-059-ZOO-1997	Ningún material publicitario, directa o indirectamente, puede contener descripciones, imágenes o textos que contribuyan a confundir al público o hacerle creer que el producto hace algo que no está dentro de sus posibilidades, salvo que se empleen exageraciones evidentes para divertir o llamar la atención.			
24	4.7. NOM-059-ZOO-1997	Todo material publicitario que demuestre el uso práctico de un producto debe hacerlo con escenas de una veracidad demostrable en iguales condiciones que las exhibidas en el mensaje, absteniéndose de demostrar cualidades que el producto no posee.			
25	4.8. NOM-059-ZOO-1997	Todo material publicitario que se pretenda difundir deberá incluir por lo menos la marca o nombre comercial y el número de registro SAGAR del producto. Cuando se trate de material publicitario impreso debe incluirse además el nombre de la empresa titular del producto regulado.			
26	4.9. NOM-059-ZOO-1997	El material publicitario impreso relativo a los productos químicos, farmacéuticos y biológicos, deberá incluir, además, los componentes o ingredientes activos principales con los que fue elaborado el producto.			
27	4.10. NOM-059-ZOO-1997	Las acciones publicitarias de apoyo a campañas o programas en materia de sanidad animal son competencia de la Secretaría o bien de las instituciones, empresas o personas en que ésta delegue sus funciones.			
Publicidad comparativa					
28	5.1. NOM-059-ZOO-1997	Los productos o servicios que se promuevan mediante publicidad comparativa deben ser de la misma naturaleza, género y especie y estar disponibles en el mercado.			
29	5.2. NOM-059-ZOO-1997	El material publicitario que se pretenda difundir que contenga comparaciones de precios, éstos deben ser exactos y reflejar la verdad.			
30	5.3. NOM-059-ZOO-1997	El material publicitario no debe presentar productos en desigualdad de condiciones y apariencias, tales como productos defectuosos, rotos o con etiquetas, embalajes, contenedores o cualquier otra presentación o empaque cuyas características no se encuentren en su aspecto original.			
31	5.4. NOM-059-ZOO-1997	Cuando se utilicen cuadros o gráficas donde se comparen productos químicos, farmacéuticos y biológicos y se haga mención a la marca o nombre comercial del producto, se debe indicar con un asterisco (*) al pie del cuadro o página el ingrediente activo que lo constituya.			

Excepciones					
32	6.1. NOM-059-ZOO-1997	Queda exento del cumplimiento de esta Norma todo aquel material que exclusivamente contenga la marca/logo y denominación genérica, como son: artículos promocionales, exhibidores, batas, uniformes y similares.			
33	6.2. NOM-059-ZOO-1997	Queda exento del cumplimiento de esta Norma el material publicitario que contenga información exclusivamente relacionada con aspectos técnico-científicos inherentes al producto en cuestión y que por su nivel de especificidad se dirija a profesionistas o técnicos de la salud animal. En estos casos se debe incluir la leyenda para uso del médico veterinario.			
Nombre y firma del personal de la Unidad de Verificación o Tercero Especialista			Sello de la Unidad de Verificación		
Clave de Aprobación o Autorización			Fecha:	Hora:	