Fuente : Diario Oficial de la Federación **Fecha de Publicación:** 01 de Marzo de 2000

NOM-059-ZOO-1997,

NORMA OFICIAL MEXICANA SALUD ANIMAL. ESPECIFICACIONES DE PRODUCTOS QUIMICOS, FARMACEUTICOS, BIOLOGICOS Y ALIMENTICIOS PARA USO EN ANIMALES O CONSUMO POR ESTOS. MANEJO TECNICO DEL MATERIAL PUBLICITARIO

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

JORGE MORENO COLLADO, Director General Jurídico de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, con fundamento en los artículos 35 fracción IV de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1o., 3o., 4o. fracción III, 12, 13, 16 fracciones I y II, 21 y 22 de la Ley Federal de Sanidad Animal; 38 fracción II, 40, 41, 43 y 47 fracción IV y 51 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; 12 fracciones XXIX y XXX del Reglamento Interior de esta Dependencia, y

CONSIDERANDO

Que es atribución de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural formular, aplicar y, en el ámbito de su competencia, expedir las disposiciones y medidas zoosanitarias necesarias para certificar, verificar e inspeccionar su cumplimiento.

Que la publicidad es un medio importante para dar a conocer los beneficios que se pueden obtener al utilizar los productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos, ya que la calidad de la información comercial proporcionada a los consumidores contribuye en su correcto uso y aplicación repercutiendo así en la seguridad de su manejo.

Que el contenido de la publicidad que se brinda a los consumidores debe ser acorde con las recomendaciones de uso, aplicación y manejo para los cuales fue producido el producto.

Que el material publicitario debe ser una herramienta para difundir los beneficios y/o las características técnicas de un producto sustentadas en investigaciones científicas.

Que para alcanzar los objetivos señalados en los párrafos anteriores, con fecha 8 de marzo de 1999, se publicó en el **Diario Oficial de la Federación**, el Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-059-ZOO-1997, Salud animal. Especificaciones de productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos. Manejo técnico del material publicitario, iniciando con ello el trámite a que se refiere la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; razón por la cual, con fecha 19 de enero de 2000, se publicaron las respuestas a los comentarios recibidos en relación a dicho proyecto.

Que en virtud del resultado del procedimiento legal antes indicado, se modificaron los diversos puntos que resultaron procedentes y por lo cual se expide la presente:

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-059-ZOO-1997, SALUD ANIMAL. ESPECIFICACIONES DE PRODUCTOS QUIMICOS, FARMACEUTICOS, BIOLOGICOS Y ALIMENTICIOS PARA USO EN ANIMALES O CONSUMO POR ESTOS. MANEJO TECNICO DEL MATERIAL PUBLICITARIO

INDICE

1. Objetivo y campo de aplicación
2. Referencias
3. Definiciones
4. Requisitos del material publicitario
5. Publicidad comparativa
6. Excepciones
7. Verificación
8. Sanciones
9. Concordancia con normas internacionales
10. Bibliografía
11. Disposiciones transitorias

1. Objetivo y campo de aplicación

1.1. Esta Norma es de observancia obligatoria en todo el territorio nacional y tiene por objeto establecer los lineamientos que debe cumplir el material publicitario de los productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios, para uso en animales o consumo por éstos, sujetos a registro.

1.2. Esta Norma es aplicable a todas las personas físicas o morales que difundan algún material publicitario a través de cualquier medio de comunicación que contenga o haga alusión a productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos, sujetos a registro.

1.3. La vigilancia de esta Norma corresponde a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, así como a los gobiernos de las entidades federativas y del Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas atribuciones y circunscripciones territoriales, de conformidad con los acuerdos de coordinación respectivos.

1.4. La aplicación de las disposiciones contenidas en esta Norma compete a la Dirección General de Salud Animal, así como a las delegaciones de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, en el ámbito de sus respectivas atribuciones y circunscripciones territoriales.

2. Referencias

Para la correcta aplicación de esta Norma deben consultarse las siguientes normas oficiales mexicanas:

NOM-008-SCFI-1993, Sistema general de unidades de medida.

NOM-012-ZOO-1993, Especificaciones para la regulación de productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos.

3. Definiciones

Para efectos de esta Norma, se entiende por:

3.1. Manual técnico: compendio de índole científico en el cual se deben establecer los detalles técnicos propios del producto.

3.2. Material publicitario: material impreso, auditivo y/o audiovisual, utilizado para transmitir las características, ventajas y/o beneficios de un producto a los consumidores.

3.3. Medio de comunicación: medio de difusión que utilizan los anunciantes, con el objeto de promover las características, ventajas y/o beneficios de sus productos.

3.4. Producto regulado: aquel que está bajo control de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural y cuenta con un número de registro.

3.5. Productos: los productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por éstos, sujetos a registro.

3.6. Publicidad comparativa: instrumento comercial utilizado por los anunciantes, que permita al público mediante un proceso de comparación o cotejo, sustentada en hechos concretos, seleccionar el mejor producto que cubra sus necesidades.

3.7. Secretaría: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

3.8. Titular: Persona física o moral a quien la SAGAR le otorga el registro del producto.

4. Requisitos del material publicitario

4.1. Todo material publicitario se ajustará siempre a los principios generales de eficacia, legalidad, veracidad y autenticidad.

4.2. 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.

4.3. 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.

4.4. Cuando el material publicitario contenga afirmación de cualidades, beneficios, usos, indicaciones, componentes, elementos o propiedades, éstos deben ser exactos y comprobables.

4.5. 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.

4.6. 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.

4.7. 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.

4.8. 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.

4.9. 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.

4.10. 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.

5. Publicidad comparativa

5.1. 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.

5.2. El material publicitario que se pretenda difundir que contenga comparaciones de precios, éstos deben ser exactos y reflejar la verdad.

5.3. 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.

5.4. 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.

6. Excepciones

6.1. 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.

6.2. 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.

7. Verificación

Para efectos de verificación de la presente Norma, por cada material publicitario que se expida, la empresa titular del producto debe contar con un dictamen expedido por un Médico Veterinario Aprobado como Unidad de Verificación en el área de Empresas Industriales, que avale el cumplimiento de la presente Norma.

Cualquier modificación que se haya efectuado al material publicitario inicial, debe contar con un nuevo dictamen.

8. Sanciones

El incumplimiento a las disposiciones contenidas en esta Norma se sancionará conforme a lo establecido por la Ley Federal de Sanidad Animal y la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

9. Concordancia con normas internacionales

Esta Norma Oficial Mexicana no es equivalente con alguna norma internacional.

10. Bibliografía

- Código de Etica Publicitaria. Consejo de Autorregulación y Etica Publicitaria, A.C. (CONAR) septiembre de 1988.
- Comisión Intersocietaria de Autorregulación Publicitaria. Buenos Aires, Argentina, 10 de octubre de 1979.
- Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el **Diario Oficial de la Federación** el 24 de diciembre de 1992.
- Reglamento para el control de productos Químico-Farmacéuticos, Biológicos, Alimenticios, Equipos y Servicios para Animales, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 12 de enero de 1979.

11. Disposiciones transitorias

La presente Norma entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

Ciudad de México, Distrito Federal, a los once días del mes de febrero de dos mil.- El Director General Jurídico de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, **Jorge Moreno Collado**.- Rúbrica.