invima

ACTA DE INSPECCION SANITARIA CON ENFOQUE DE RIESGO PARA EXPENDIOS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

117

CIUDAD: Florencia | FECHA: 18 03 2021 | ACTA N°: 000033

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaria de Salud Municipal.

IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

* CAMPO OBLIGATORIO

RAZÓN SOCIAL: Sanchez Rincon Jorge Diego.

*CÉDULA / NIT: 10007742-5 | *NÚMERO DE INSCRIPCIÓN: 18CO110007742

*NOMBRE COMERCIAL: Club Las Munecas J.D

*DIRECCIÓN: Cr 10 # 16-57 | MATRICULA MERCANTIL: 116673

*DEPARTAMENTO: Caqueta | *MUNICIPIO: Florencia

Barrio [X] Vereda [ ] Comuna [ ] Localidad [ ] Sector [ ] Corregimiento [ ] Caserío [ ] UPZ [ ]

Otro [ ] Cual: Centro

TELÉFONOS: 3107835581 | FAX:

CORREO ELECTRÓNICO: jordisa12@outlook.com

NOMBRE DEL PROPIETARIO: Sanchez Rincon Jorge Diego.

DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN: C.C. [X] C.E. [ ] NIT [ ] Número de documento: 10007742

*NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Sanchez Rincon Jorge Diego.

*DOCUMENTO DE IDENTIFICACION: C.C. [X] C.E. [ ] NIT [ ] *Número de documento: 10007742

*DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN: Cr 10 # 16-57

*DEPARTAMENTO: Caqueta | *MUNICIPIO: Florencia

*HORARIO Y DÍA DE FUNCIONAMIENTO: 05pm - 12:00pm L-D | *NÚMERO DE TRABAJADORES: 02

CONCEPTO SANITARIO DE ULTIMA VISITA SANITARIA

FECHA DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	día / mes / año: No evidenciado	FAVORABLE		% DE CUMPLIMIENTO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	%
		PENDIENTE			
		DESFAVORABLE			

*MOTIVO DE LA VISITA

PROGRAMACION	X	SOLICITUD DEL INTERESADO		ASOCIADA A PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS	
SOLICITUD OFICIAL		EVENTO DE INTERÉS EN SALUD PÚBLICA		SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS/ PROCESOS SANCIONATORIOS ADMIN.	

OTRO: [ ] Especifique:

EVALUACIÓN

Aceptable (A)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple la totalidad de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Aceptable con Requerimiento (AR)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple parcialmente los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Inaceptable (I)	Marque con una X cuando el establecimiento no cumple ninguno de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
No Aplica (NA)	Marque con una X la casilla "NA" en caso que el aspecto a verificar no se realice por parte del establecimiento y calificar como Aceptable (A). Justificar la razón del no aplica en el espacio de hallazgos.
Crítico (C)	Marque con una X la casilla "C" cuando el incumplimiento del aspecto a verificar afecte la inocuidad de los alimentos y deba aplicar Medida Sanitaria de Seguridad que impida que el establecimiento continúe ejerciendo sus labores

I. CONDICIONES SANITARIAS DE INSTALACIONES Y PROCESO

1	EDIFICACION E INSTALACIONES	A	AR	I	HALLAZGOS
1.1	Localización y diseño. (Decreto 1686 de 2012 Artículo 23. Numerales 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 2.6, 2.7 Artículo 84 y 85).	2	1	0	C

1.2	**Condiciones de pisos y paredes.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 24. Numerales 1 y 2. Artículo 84 y 85).*	2	1	0	118 C
1.3	**Techos, iluminación y ventilación.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 24. Numerales 3 y 7.1, 7.2, 8.2. Artículo 84 y 85).*	2	1	0	C
1.4	**Instalaciones sanitarias.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 23. Numerales 5.1, 5.2, 5.3. Artículo 84 y 85).*	4	2	0	-Lavamanos de accionamiento manual sin dotación de toallas de un sólo uso -Sanitarios sin papel higiénico. C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			8	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 10% del total del acta

2	PERSONAL MANIPULADOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	A	AR	I	HALLAZGOS
2.1	**Estado de salud.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 26. Artículo 28. Numeral 10. Artículo 84)*	7	3,5	0	C
2.2	**Prácticas higiénicas.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 28. Numerales 1,2,3,4,5,6,7,8,9)*	7	3,5	0	El personal usa dotación de color oscuro. C
2.3	**Educación y capacitación.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 27)*	5	2,5	0	No se evidencia programa de capacitación continuo y permanente C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			10,5	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 19% del total del acta

3	ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN	A	AR	I	HALLAZGOS
3.1	**Condiciones de equipos y utensilios y Superficies de contacto con las bebidas alcohólicas.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 25. Numerales 1, 2,8. Artículo 30 Parágrafo. Resoluciones 583, 4142 y 4143 de 2012; 834 y 835 de 2013)*	6	3	0	C
3.2	**Prevención de la contaminación cruzada.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 25. Numeral 1.*	6	3	0	C
3.3	**Condiciones de almacenamiento** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 62. Numerales 2, 4, 5, 6, 7 y 8)*	7	3,5	0	NA C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			19	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 19% del total del acta

4	SANEAMIENTO	A	AR	I	HALLAZGOS
4.1	**Suministro y calidad de agua potable.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 23, Numeral 3, Artículo 86, Resolución 2115 de 2007, Artículo 9 Decreto 1575 de 2007, Artículo 10 Numeral 3)*	7	3,5	0	C
4.2	**Residuos líquidos.** *(Decreto 1686 de 2012, Artículo 23, Numeral 4, Artículo 86)*	6	3	0	C
4.3	**Residuos sólidos.** *(Decreto 1686 de 2012, Artículo 23, Numeral 5, Artículo 25 Numeral 7, Artículo 86)*	6	3	0	C
4.4	**Control integral de plagas.** *(Decreto 1686 de 2012, Art. 35 Numeral 3)*	9			C
4.5	**Limpieza y desinfección de áreas, equipos y utensilios.** *(Decreto 1686 de 2012, Artículo 23 Numeral 6.4), Artículo 83, Numeral 1, Artículo 35 Numeral 1)*	7	3,5	0	Se evidencia falta de limpieza y desinfección en refrigeradores. C
4.6	**Soportes documentales de saneamiento.** *(Decreto 1686 de 2012, Artículo 35, Artículo 85).*	3	1,5	0	No se ejecutan los registros de control establecidos en el programa de abastecimiento del agua potable. C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE				La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 38% del total del acta

5	VERIFICACIÓN SOBRE EL PRODUCTO.	A	AR	I	HALLAZGOS
5.1	**Procedencia de bebidas alcohólicas** *(Decreto 1686 de 2012, Artículo 45, 47, Artículo 82, Numeral 3)*	9			C
5.2	**Leyendas obligatorias.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 50)*	5	2,5	0	C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			14	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 14% del total del acta

II. CONCEPTO SANITARIO

% DE CUMPLIMIENTO		CONCEPTO. (Seleccione con una equis (X) el concepto sanitario a emitir)	NIVEL DE CUMPLIMIENTO	
84,5		FAVORABLE	90-100%	En caso que uno o más de los aspectos a evaluar sea identificado como crítico y calificado como inaceptable (I), independiente del porcentaje de cumplimiento obtenido, el CONCEPTO SANITARIO a emitir será DESFAVORABLE y se procederá a aplicar la MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD respectiva.
	X	PENDIENTE	60 - 89,9%	
		DESFAVORABLE	< 59,9%	

III. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO

NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS TOMADAS	
NÚMERO DEL ACTA DE TOMA DE MUESTRAS	

000033

IV. REQUERIMIENTOS SANITARIOS 120
Se debe ajustar el establecimiento a la normatividad sanitaria vigente corrigiendo los hallazgos registrados en la presente acta.

V. APLICACIÓN DE MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD		
SI	X	Cuál:

VI. OBSERVACIONES
Por parte de la autoridad sanitaria:
Por parte del establecimiento:

VII. NOTIFICACION DEL ACTA
Para constancia previa lectura y ratificación del contenido de la presente acta firman los funcionarios y personas que intervinieron en la visita, hoy 8 del mes de Marzo del año 2024 en la Ciudad de Florencia
De la presente acta se deja copia en poder del interesado, representante legal, responsable del establecimiento o quien atendió la visita.
NOTA: El acta debe ser notificada dentro de un plazo no mayor de cinco (5) días contados a partir de la realización de la visita.

POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Losada O	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN:	S.S.M.	INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	CARLOS EDUARDO MURILLO	NOMBRE:	
CÉDULA:	1117505414	CÉDULA:	
CARGO:	ADMINISTRADOR	CARGO:	

121

invima

ACTA DE INSPECCION SANITARIA CON ENFOQUE DE RIESGO PARA EXPENDIOS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARIA DE SALUD

CIUDAD: Florencia FECHA: 18 03 2021 ACTA N°: 000032

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaría de Salud

IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

* CAMPO OBLIGATORIO

RAZÓN SOCIAL: Pulecio Zarate Katherine.

*CÉDULA / NIT: 1117509084-0 *NÚMERO DE INSCRIPCIÓN: 1800111750984

*NOMBRE COMERCIAL: Bar California

*DIRECCIÓN: Cr 12 # 18-03 MATRICULA MERCANTIL: 7589

*DEPARTAMENTO: Caqueta *MUNICIPIO: Florencia

Barrio [X] Vereda [ ] Comuna [ ] Localidad [ ] Sector [ ] Corregimiento [ ] Caserío [ ] UPZ [ ]

Otro [ ] Cual: Centro

TELÉFONOS: 3138327359. FAX:

CORREO ELECTRÓNICO: alkalo1711@gmail.com.

NOMBRE DEL PROPIETARIO: Pulecio Zarate Katherine

DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. [X] C.E. [ ] NIT [ ] Número de documento: 1117509084

*NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Pulecio Zarate Katherine.

*DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. [X] C.E. [ ] NIT [ ] *Número de documento: 1117509084

*DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN: Cr 12 # 18-03 B/ Centro.

*DEPARTAMENTO: Caqueta *MUNICIPIO: Florencia

*HORARIO Y DÍA DE FUNCIONAMIENTO: 9am - 8:00pm L-D *NÚMERO DE TRABAJADORES: 03

CONCEPTO SANITARIO DE ULTIMA VISITA SANITARIA

FECHA DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	día / mes / año			% DE CUMPLIMIENTO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	
	18-09-2018	FAVORABLE			85 %
		PENDIENTE	X		
		DESFAVORABLE			

*MOTIVO DE LA VISITA

PROGRAMACIÓN	X	SOLICITUD DEL INTERESADO		ASOCIADA A PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS	
SOLICITUD OFICIAL		EVENTO DE INTERÉS EN SALUD PÚBLICA		SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS/ PROCESOS SANCIONATORIOS ADMIN	

OTRO | Especifique

EVALUACIÓN

Aceptable (A)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple la totalidad de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Aceptable con Requerimiento (AR)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple parcialmente los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Inaceptable (I)	Marque con una X cuando el establecimiento no cumple ninguno de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
No Aplica (NA)	Marque con una X la casilla "NA" en caso que el aspecto a verificar no se realice por parte del establecimiento y calificar como Aceptable (A). Justificar la razón del no aplica en el espacio de hallazgos.
Crítico (C)	Marque con una X la casilla "C" cuando el incumplimiento del aspecto a verificar afecte la inocuidad de los alimentos y deba aplicar Medida Sanitaria de Seguridad que impida que el establecimiento continúe ejerciendo sus labores

I. CONDICIONES SANITARIAS DE INSTALACIONES Y PROCESO

1	EDIFICACION E INSTALACIONES	A	AR	I	HALLAZGOS
1.1	**Localización y diseño.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 23. Numerales 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 2.6, 2.7 Artículo 84 y 85)*	2	1	0	C

1.2	**Condiciones de pisos y paredes.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 24. Numerales 1 y 2. Artículo 84 y 85)*	2	(1)	0	Se observa grietas en pisos. 1/2 C
1.3	**Techos, iluminación y ventilación.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 24. Numerales 3 y 7.1, 7.2, 8.2 Artículo 84 y 85)*	2	(1)	0	Techos falsos en madera C
1.4	**Instalaciones sanitarias.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 23. Numerales 6.1, 6.2, 6.3. Artículo 84 y 85).*	4	(2)	0	- Lavamanos de accionamiento manual sin dotación de toallas desechables - Sin dotación de Papel higiénico en sanitario. C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			6	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 10% del total del acta

2	PERSONAL MANIPULADOR DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	A	AR	I	HALLAZGOS
2.1	**Estado de salud.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 26. Artículo 28. Numeral 10. Artículo 84)*	(7)	3,5	0	C
2.2	**Prácticas higiénicas.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 28. Numerales 1,2,3,4,5,6,7,8,9)*	7	(3,5)	0	El personal usa dotación de color oscuro. C
2.3	**Educación y capacitación.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 27)*	5	2,5	(0)	No se evidencia programa de capacitación continuo y permanente C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			10	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 10% del total del acta

3	ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACION	A	AR	I	HALLAZGOS
3.1	**Condiciones de equipos y utensilios y Superficies de contacto con las bebidas alcohólicas.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 25. Numerales 1, 2,6. Artículo 30 Parágrafo. Resoluciones 683, 4142 y 4143 de 2012; 834 y 835 de 2013)*	(6)	3	0	C
3.2	**Prevención de la contaminación cruzada.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 25. Numeral 1.*	(6)	3	0	C
3.3	Condiciones de almacenamiento *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 82. Numerales 2, 4, 5, 6, 7 y 8).*	(7)	3,5	0	NA C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			19	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 19% del total del acta

4	SANEAMIENTO	A	AR	I	HALLAZGOS 123
4.1	**Suministro y calidad de agua potable.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 23. Numeral 3. Artículo 86. Resolución 2115 de 2007, Artículo 9. Decreto 1575 de 2007. Artículo 10 Numeral 3)*	7	3,5	0	C
4.2	**Residuos líquidos.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 23. Numeral 4. Artículo 86)*	6	3	0	C
4.3	**Residuos sólidos.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 23. Numeral 5. Artículo 25. Numeral 7. Artículo 86)*	6	3	0	Recipientes para disposición de residuos sólidos sin tapa. C
	Control integral de plagas. *Decreto 1686 de 2012. Art. 35 Numeral 3.)*	9			C
4.5	**Limpieza y desinfección de áreas, equipos y utensilios.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 23 Numeral 6.4). Artículo 82. Numeral 1. Artículo 35 Numeral 1)*	7	3,5	0	Deficientes procedimientos, de limpieza y desinfección en área de barras donde se expende las bebidas alcohólicas C
4.6	**Soportes documentales de saneamiento.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 36. Artículo 86).*	3	1,5	0	No se ejecutan los registros de control establecidos en el Plan de saneamiento basico de manera vigente. C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			30	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 38% del total del acta

5	VERIFICACIÓN SOBRE EL PRODUCTO.	A	AR	I	HALLAZGOS
5.1	**Procedencia de bebidas alcohólicas.** *(Decreto 1686 de 2012. Artículo 46, 47. Artículo 82. Numeral 3)*	9			C
5.2	**Leyendas obligatorias.** *(Decreto 1686 de 2012 Artículo 50)*	5	2,5	0	C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE			14	La CALIFICACIÓN del bloque corresponde al 14% del total del acta

II. CONCEPTO SANITARIO

% DE CUMPLIMIENTO	CONCEPTO. Seleccione con una equis (X) el concepto sanitario a emitir	NIVEL DE CUMPLIMIENTO
79,5		FAVORABLE 90-100%
	X	PENDIENTE 60 - 89,9%
		DESFAVORABLE < 59,9%

En caso que uno o más de los aspectos a evaluar sea identificado como crítico y calificado como inaceptable (I), independiente del porcentaje de cumplimiento obtenido, el CONCEPTO SANITARIO a emitir será DESFAVORABLE y se procederá a aplicar la MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD respectiva.

III. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO

NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS TOMADAS	
NÚMERO DEL ACTA DE TOMA DE MUESTRAS	

IV. REQUERIMIENTOS SANITARIOS

124

Se debe ajustar el establecimiento a la normatividad sanitaria vigente corrigiendo los hallazgos registrados en la presente acta.

V. APLICACIÓN DE MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD

Si	No	Cuál:
	X	

VI. OBSERVACIONES

Por parte de la autoridad sanitaria:

Por parte del establecimiento:

VII. NOTIFICACION DEL ACTA

Constancia previa lectura y ratificación del contenido de la presente acta firman los funcionarios y personas que intervinieron en la visita, hoy 3 del mes de marzo del año 2021 en la Ciudad de Florencia.

De la presente acta se deja copia en poder del interesado, representante legal, responsable del establecimiento o quien atendió la visita.

NOTA: El acta debe ser notificada dentro de un plazo no mayor de cinco (5) días contados a partir de la realización de la visita.

POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Yarly Johanna Losada	NOMBRE:	
CÉDULA:	30-509479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN:	S-SM	INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Cristian Eduardo Cuaca	NOMBRE:	
CÉDULA:	1117509170	CÉDULA:	
CARGO:	Cajero	CARGO:	

ACTIVIDAD 5

ACCIONES MENSUALES DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD EN CONJUNTO CON OPERATIVOS A ESTABLECIMIENTOS QUE GENEREN RIESGOS A LA SALUD PÚBLICA (ESTABLECIMIENTOS DE EXPENDIOS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, GRANDES SUPERFICIES, ENTRE OTRAS).

REGISTRO FOTOGRAFICO

ACTIVIDAD 5

ACCIONES MENSUALES DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD







126

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 011

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 - Abril - 2021

PRODUCTO: Gaseosa

MARCA: Canada Dry.

REGISTRO SANITARIO	X
PERMISO SANITARIO	
NOTIFICACION SANITARIA	

NUMERO:

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaria de Salud Municipal.

IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Depósito Juancho 24 horas

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suarez Vela Juan Daniel

CÉDULA: 1115794900

DIRECCIÓN: Mz 12 # 9-41 ESTE B/Fontibon

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:

NIT:

DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:

RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:

DIRECCIÓN:

IIDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.

Edición:

Página:

Sección:

Párrafo:

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.

Dirección: Mz # 9-41 ESTE B/ Fontibon.

CINE.

Empresa cinematográfica:

Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.

Canal o emisora:

Espacio: Hora:

WEB

dirección Web:

Fecha de captura del pantallazo:

VEHÍCULO

Placa vehículo:

Propietario:

OTRO

Cual? (especifique)

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

se evidencio afiche en Pared del establecimiento

ANEXOS: 1 Registro Fotografico.

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.	X	

2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009		C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992		C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".		
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.		
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.		
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.		
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.		
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.		
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.		
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?:_____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS			
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Losada O	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509479	CÉDULA:	
CARGO:	Fun-de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL		INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:	Claudia DISNEY Rivas Sanchez	FIRMA:	
NOMBRE:	Claudia DISNEY Rivas Sanchez.	NOMBRE:	
CÉDULA:	1006460775	CÉDULA:	
CARGO:	Auxiliar Adm	CARGO:	

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 0012

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 de abril de 2021

PRODUCTO: Cerveza Andina

MARCA: ZF CC S.A.S

REGISTRO SANITARIO [X]

PERMISO SANITARIO [ ]

NOTIFICACION SANITARIA [ ]

NUMERO: 2018L-0009414

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaría de Salud Municipal.

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Depósito Juancho 24 horas

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suarez Vela Juan David

CÉDULA: 1115794900

DIRECCIÓN: Mz 12 # 9-41 Este. B/Fontibon.

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:

NIT:

DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:

RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:

DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.

Edición

Página

Sección

Párrafo

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.

Dirección: Mz 12 # 9-41 ESTE B/Fontibon

CINE.

Empresa cinematográfica

Fecha Hora

RADIO, TELEVISIÓN.

Canal o emisora

Espacio Hora

WEB

dirección Web

Fecha de captura del pantallazo

VEHÍCULO

Placa vehiculo

Propietario

OTRO

Cual? (especifique)

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

Se evidendo afiche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro fotografico.

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.		

2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009		C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992		C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención especifica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".	X	
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.	X	
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.	X	
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.	X	
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.	X	
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.	X	
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.	X	
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).	X	

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?:_____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS	
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA	
FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE: Yorly Paulina Losada O.	NOMBRE:
CÉDULA: 30.509479	CÉDULA:
CARGO: Ing. de Alimentos	CARGO:
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL	INSTITUCIÓN:
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO	
FIRMA: Claudia DISNEY Rivas Sanchez	FIRMA:
NOMBRE: Claudia DISNEY Rivas Sanchez	NOMBRE:
CÉDULA: 700660775	CÉDULA:
CARGO: Administradora	CARGO:

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia. ACTA N°: 013

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 de abril de 2021

PRODUCTO: Chicles

MARCA: Adams.

REGISTRO SANITARIO
PERMISO SANITARIO
NOTIFICACION SANITARIA
NUMERO

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaría de Salud Municipal

IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Deposito Juancho 24 horas

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suarez Vela Juan Daniel.

CÉDULA: 1115794900

DIRECCIÓN: Mz 12 # 9-41 ESTE B/ Fontibon

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

NIT

DIRECCIÓN

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO

RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO

DIRECCIÓN

IIDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.

Edición

Página

Sección

Párrafo

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.

Dirección: Mz # 9-41 ESTE B/FONTIBON

CINE.

Empresa cinematográfica

Fecha — Hora

RADIO, TELEVISIÓN.

Canal o emisora

Espacio — Hora

WEB

dirección Web

Fecha de captura del pantallazo

VEHÍCULO

Placa vehiculo

Propietario

OTRO

Cual? (especifique)

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

ANEXOS :

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
	1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)		
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.	X	

	2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009	C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeina". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeina expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeina".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

	3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992	C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".		
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.		
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.		
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.		
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.		
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.		
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.		
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?: _____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS			
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Losada O	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509.479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN:	SEC. SALUD MUNICIPAL	INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:	Claudia Disney Rivas Sanchez	FIRMA:	
NOMBRE:	Claudia Disney Rivas Sanchez	NOMBRE:	
CÉDULA:	1006460775	CÉDULA:	
CARGO:	administradora	CARGO:	

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón.		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".		
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.		
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.		
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.		
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.		
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.		
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.		
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?: _____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS			
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Losada O	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN:	SEC. SALUD MUNICIPAL	INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Claudia Disney Rivas Sanchez	NOMBRE:	
CÉDULA:	1006460775	CÉDULA:	
CARGO:	administradora	CARGO:	

Invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia | ACTA N°: 014

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 de abril de 2021

PRODUCTO: Cerveza

MARCA: Aguila

REGISTRO SANITARIO [X]
PERMISO SANITARIO [ ] NUMERO: L-000369
NOTIFICACION SANITARIA [ ]

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaría de Salud Municipal

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Depósito Juancho 24 horas
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suarez Vela Juan Daniel
CÉDULA: 1115794960
DIRECCIÓN: Mz 12 # 9-41 ESTE B/ Fontibon.

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:
NIT:
DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:
RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:
DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.
Edición
Página
Sección
Párrafo

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.
Direccion: Mz 12 # 9-41 ESTE B/FONTIBON'

CINE.
Empresa cinematográfica
Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.
Canal o emisora
Espacio: Hora:

WEB
dirección Web
Fecha de captura del pantallazo

VEHÍCULO
Placa vehiculo
Propietario

OTRO
Cual? (especifique)

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

Se evidencia afiche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro fotografico

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.		

2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009		C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992		C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud"	X	
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.	X	
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.	X	
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica	X	
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.	X	
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.	X	
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.	X	
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).	X	

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?: _____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS			
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Lozada O.	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509479	CÉDULA:	
CARGO:	Jug - de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL		INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:	Claudia Disney Rivas Sanchez	FIRMA:	
NOMBRE:	Claudia Disney Rivas Sanchez	NOMBRE:	
CÉDULA:	1006260175	CÉDULA:	
CARGO:	administradora	CARGO:	

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 015

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 de abril de 2021

PRODUCTO: Gaseosa

MARCA: Postobon

REGISTRO SANITARIO [X]
PERMISO SANITARIO [ ]
NOTIFICACION SANITARIA [ ]

NUMERO: RSA-005080-2017

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaria de Salud Municipal

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Depósito Juancho 24 horas

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suarez Vela Juan Daniel.

CÉDULA: 1115794900

DIRECCIÓN: MZ 12 # 9-41 B/Fontibon.

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:

NIT:

DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:

RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:

DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.

Edición:

Página:

Sección:

Párrafo:

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.

Dirección: MZ 12 # 9-41 ESTE B/FONTIBON

CINE.

Empresa cinematográfica:

Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.

Canal o emisora:

Espacio: Hora:

WEB

dirección Web:

Fecha de captura del pantallazo:

VEHÍCULO

Placa vehículo:

Propietario:

OTRO

Cual? (especifique):

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:
Se evidenció aviche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro fotografico.

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.	X	

	2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009	C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

	3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992	C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".		
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.		
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.		
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.		
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.		
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.		
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.		
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?: _____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO

NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS

POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Losada D.	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509.479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL		INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:	Claudia Disney Rivas Sanchez	FIRMA:	
NOMBRE:	Claudia Disney Rivas Sanchez.	NOMBRE:	
CÉDULA:	1006460175	CÉDULA:	
CARGO:	Aministradora.	CARGO:	

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 016.

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 de abril de 2021

PRODUCTO: Cerveza

MARCA: Smirnoff

REGISTRO SANITARIO [X]
PERMISO SANITARIO [ ]
NOTIFICACION SANITARIA [ ]

NUMERO: 2001L-000028CR1

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaria de Salud Municipal

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Depósito Juancho 24horas
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suarez Vela Juan David
CÉDULA: 1115794900
DIRECCIÓN: Mz 12 # 9-41 B/Fontibon.

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:
NIT:
DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:
RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:
DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.
Edición
Página
Sección
Párrafo

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.
Dirección: Mz 12 # 9-41 este B/Fontibón

CINE.
Empresa cinematográfica
Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.
Canal o emisora
Espacio: Hora:

WEB
dirección Web
Fecha de captura del pantallazo

VEHÍCULO
Placa vehículo
Propietario

OTRO
Cual? (especifique)

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

Se evidencia afiche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro Fotografico

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
	1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)		
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.		

	2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009	C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

	3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992	C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención especifica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".	X	
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.	X	
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.	X	
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.	X	
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.	X	
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.	X	
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.	X	
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?: _____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS			
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Mary Johanna Zapata O	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN:	SEC. SALUD MUNICIPAL	INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:	Claudia Disney Rivas Sanchez.	FIRMA:	
NOMBRE:	Claudia Disney Rivas Sanchez	NOMBRE:	
CÉDULA:	1006460175	CÉDULA:	
CARGO:	administradora	CARGO:	

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 017

FECHA DE LA DILIGENCIA: 05 de abril de 2021

PRODUCTO: Aguardiente

MARCA: Extra del Caqueta

REGISTRO SANITARIO [X]
PERMISO SANITARIO [ ]
NOTIFICACION SANITARIA [ ]

NUMERO: 2007L 0003512

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaría de Salud Municipal

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Depósito Juancho 24horas
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Suares Vela Juan David.
CÉDULA: 1115794900
DIRECCIÓN: Mz 12 # 9-41 ESTE B/Fontibón

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:
NIT:
DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:
RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:
DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.
Edición:
Página:
Sección:
Párrafo:

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.
Dirección: Mz 12 # 9-41 Este B/Fontibón

CINE.
Empresa cinematográfica:
Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.
Canal o emisora:
Espacio: Hora:

WEB
dirección Web:
Fecha de captura del pantallazo:

VEHÍCULO
Placa vehiculo:
Propietario:

OTRO
Cual? (especifique):

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

Se evidencia afiche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro fotografico

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
	1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)		
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.		

	2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009	C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

	3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992	C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".	X	
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.	X	
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.	X	
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.	X	
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.	X	
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.	X	
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.	X	
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).	X	

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?: _____		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	

V. ESPACIO PARA FIRMAS		
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA		
FIRMA:		FIRMA:
NOMBRE:	Marly Johanna Tosada O.	NOMBRE:
CÉDULA:	30-509479	CÉDULA:
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL		INSTITUCIÓN:
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO		
FIRMA:	Claudia Disney Rivas Sanchez	FIRMA:
NOMBRE:	Claudia Disney Rivas Sanchez	NOMBRE:
CÉDULA:	1026460175	CÉDULA:
CARGO:	aministradora	CARGO:

148

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 018.

FECHA DE LA DILIGENCIA: 13 de abril de 2021

PRODUCTO: Tutti Frutti

MARCA:

REGISTRO SANITARIO [X]
PERMISO SANITARIO [ ]
NOTIFICACION SANITARIA [ ]

NUMERO:

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaría de Salud Municipal

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Tienda El paradero Donde Copete.
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Garzon Fanny.
CÉDULA: 26 427946
DIRECCIÓN: Cr 19 # 1A 04.

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:
NIT:
DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:
RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:
DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.
Edición:
Página:
Sección:
Párrafo:

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.
Dirección: Cr 19 # 1A 04 B/ Villa Monica.

CINE.
Empresa cinematográfica:
Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.
Canal o emisora:
Espacio: Hora:

WEB
dirección Web:
Fecha de captura del pantallazo:

VEHÍCULO
Placa vehículo:
Propietario:

OTRO
Cual? (especifique):

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

Se evidencia afiche en pared del establecimiento.

ANEXOS: Registro fotografico.

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.	X	

2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009		C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992		C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención especifica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".		
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.		
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.		
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.		
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.		
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.		
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.		
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?:		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS			
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA			
FIRMA:		FIRMA:	
NOMBRE:	Marly Johanna Losada O.	NOMBRE:	
CÉDULA:	30.509479	CÉDULA:	
CARGO:	Ing. de Alimentos	CARGO:	
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL		INSTITUCIÓN:	
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO			
FIRMA:	Fanny Garzon	FIRMA:	
NOMBRE:	Fanny Garzon	NOMBRE:	
CÉDULA:	26427906	CÉDULA:	
CARGO:	Propietaria	CARGO:	

151

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDÍA DE FLORENCIA
SECRETARÍA DE SALUD

CIUDAD: Florencia ACTA N°: 019

FECHA DE LA DILIGENCIA: 13 de abril de 2021

PRODUCTO: Bon Yurt

MARCA: Alpina

REGISTRO SANITARIO	X	NUMERO: RSA 007252-2018
PERMISO SANITARIO		
NOTIFICACION SANITARIA		

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD: Secretaria de Salud Municipal.

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL: Tienda El Panadero Donde Capete

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Garzon Fanny

CÉDULA: 26.427946

DIRECCIÓN: Cr 19 # 1A04

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:

NIT:

DIRECCIÓN:

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO:

RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO:

DIRECCIÓN:

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.

Edición:

Página:

Sección:

Párrafo:

FOLLETO, VALLA, VOLANTE.

Dirección: Cr 19 # 1A04 B/Villa Monica.

CINE.

Empresa cinematográfica:

Fecha: Hora:

RADIO, TELEVISIÓN.

Canal o emisora:

Espacio: Hora:

WEB

dirección Web:

Fecha de captura del pantallazo:

VEHÍCULO

Placa vehiculo:

Propietario:

OTRO

Cual? (especifique):

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

Se evidencio afiche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro fotografico.

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.	X	

2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009		C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992		C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención especifica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o maternizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".		
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.		
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.		
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.		
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.		
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.		
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.		
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?:		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS	
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA	
FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE: Maria Johanna Posada Ortiz	NOMBRE:
CÉDULA: 30 509 479	CÉDULA:
CARGO: Ing. de Alimentos	CARGO:
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL	INSTITUCIÓN:
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO	
FIRMA: Jaime Garzon	FIRMA:
NOMBRE: Jaime Garzon	NOMBRE:
CÉDULA: 26 027 946	CÉDULA:
CARGO: Propietaria	CARGO:

invima

ACTA DE TOMA DE EVIDENCIA DE PUBLICIDAD

ALCALDIA DE FLORENCIA
SECRETARIA DE SALUD

CIUDAD Florencia ACTA N° 020

FECHA DE LA DILIGENCIA 13 de abril de 2021

PRODUCTO: Cerveza

MARCA: Poker

REGISTRO SANITARIO [X]
PERMISO SANITARIO [ ]
NOTIFICACION SANITARIA [ ]

NUMERO 1-000632

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD Secretaria de Salud Municipal

I.IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, UBICACIÓN y/o EVENTO DE TOMA DE EVIDENCIA

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

RAZÓN SOCIAL Tienda El Paradero Donde Copete

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL Garzon Fanny

CÉDULA 26.427946

DIRECCIÓN Cr 19 # 1A 04

SOCIEDAD

RAZÓN SOCIAL

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

NIT

DIRECCIÓN

EVENTO

NOMBRE DEL EVENTO

RESPONSABLE y/o ORGANIZADOR DEL EVENTO

DIRECCIÓN

II.IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO DE TOMA DE EVIDENCIA

REVISTA, PERIODICO.

Edición

Página

Sección

Párrafo

FOLLETO, VALLA, VOLANTE

Dirección Cr 19 # 1A 04

CINE.

Empresa cinematográfica

Fecha Hora

RADIO, TELEVISIÓN.

Canal o emisora

Espacio Hora

WEB

dirección Web

Fecha de captura del pantallazo

VEHÍCULO

Placa vehículo

Propietario

OTRO

Cual? (especifique)

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN:

se evidencio afiche en pared del establecimiento

ANEXOS : Registro fotografico

III.VERIFICACION DE LA PUBLICIDAD		C	NC
1. Ley 9 de 1979 (Aplica para todos los alimentos)			
1.1	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.		

2. BEBIDAS ENERGIZANTES Resolución 4150 de 2009		C	NC
2.1.	La publicidad contiene las siguientes leyendas obligatorias:		
2.1.1	"Contenido elevado en cafeína". Entre paréntesis debe indicarse el contenido de cafeína expresado en mg/100ml.		
2.1.2	"La Bebida Energizante no previene los efectos generados por el consumo de bebidas alcohólicas".		
2.1.3	"No se recomienda el consumo de bebidas energizantes con bebidas alcohólicas".		
2.1.4	"Este producto solo podrá ser comercializado, expendido y dirigido a población mayor de 14 años".		
2.1.5	"Este producto no es recomendado para personas sensibles a la cafeína".		
2.2	Se vincula con imágenes de contenido sexual de las personas.		
2.3	Se asocia como bebidas recuperadoras de líquidos y electrolitos, o como bebida cuya función nutricional es el remplazo de líquidos y electrolitos.		
2.4	Las leyendas sanitarias deben ocupar al menos el diez por ciento (10%) de la parte inferior de la publicidad.		
2.5	En el mensaje de la publicidad (imágenes o sonidos) participan menores de 14 años.		

3. LECHE Y COMPLEMENTOS PARA LACTANTES Decreto 1397 de 1992		C	NC
3.1	No realiza actividades de publicidad y promoción de alimentos de fórmula para lactantes a nivel de madres, familiares, o del público en general.		
3.2	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
	ALIMENTO COMPLEMENTARIO	C	NC
3.3	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón, chupetes, figuras humanas .		
3.4	No presenta leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcan a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o maternizada.		
	LEYENDAS OBLIGATORIAS	C	NC
3.5	La leche materna como el mejor alimento para el niño.		
3.6	El producto proporcionado solo es complementario después de los primeros cuatro (4) meses de edad del niño.		

	FORMULA PARA LACTANTES	C	NC
3.7	No hace mención, alusión o representación gráfica del biberón .		
3.8	Hace mención específica a exaltar que la leche materna es el mejor alimento para el niño y la utilización del biberón incide negativamente en la calidad y cantidad de la lactancia materna y solo es complementaria a partir de los 4 meses.		
3.9	No presenta leyendas, dibujos o hace alusión directa o indirecta que inducen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o que pretenda limitarla, igualarla, compararla y/o utiliza términos como humanizada o matemizada.		
	MATERIAL INFORMATIVO DESTINADO AL PERSONAL DE SALUD	C	NC
3.10	No hace ofrecimientos gratuitos o subsidiados de cualquier bien o servicio, a usuarios y empleados de los organismos de salud.		
3.11	No ofrece, al personal de salud y a sus familias, gratificaciones, incentivos financieros, materiales y/o muestras gratis de los mismos alimentos y especialmente biberones y chupetes.		
3.12	No se entregan a las madres muestras gratuitas o en venta a bajo precio, obsequios, utensilios, biberones y chupetes.		
3.13	No realiza publicidad, promoción y exhibición de alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna en los organismos que presten servicios de salud o utilizar cualquier otro mecanismo de promoción que menoscabe la práctica de la lactancia materna.		
3.14	El personal de salud no podrá proporcionar a las madres ni a sus familiares muestras y suministros de los alimentos de fórmula para lactantes y complementarios de la leche materna.		
3.15	No contiene leyendas, dibujos o alusiones directas o indirectas que induzcen a hacer creer que el alimento de fórmula para lactantes es superior a la leche materna o pretende limitarla, igualarla o compararla y el utilizar términos como humanizada o matemizada.		
	4. BEBIDAS ALCOHOLICAS Decreto 1686 de 2012	C	NC
4.1	Declara las leyendas "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" y "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud"	X	
4.2	Las leyendas obligatorias para la publicidad son claras, comprensibles, visibles, legibles, y en contraste.	X	
4.3	La ubicación de las leyendas sanitarias en el material publicitario se expone de forma horizontal y se lee de igual manera.	X	
4.4	Emplea frases, palabras, signos o emblemas que generan confusión, engaño o duda al consumidor sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del producto. Así mismo, usa términos calificativos que sugieren calidades o propiedades que no posee la bebida alcohólica.	X	
4.5	No hace alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.	X	
4.6	No incorpora imágenes de personas que sean o que parecen ser menores de edad.	X	
4.7	No incluye imágenes de mujeres en embarazo.	X	
4.8	La velocidad del audio es igual en toda la pieza publicitaria (para radio).		

¿SE APLICA MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD (MSS)?:	SI	NO
¿CUÁL?:		X

IV. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO	
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS TOMADAS:	1
NÚMERO TOTAL DE EVIDENCIAS QUE ANEXA:	1

V. ESPACIO PARA FIRMAS	
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA	
FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE: Yarly Johanna Tesada O.	NOMBRE:
CÉDULA: 30.509479	CÉDULA:
CARGO: Ing. de Alimentos	CARGO:
INSTITUCIÓN: SEC. SALUD MUNICIPAL	INSTITUCIÓN:
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO	
FIRMA: Fanny GARZON	FIRMA:
NOMBRE: Fanny GARZON	NOMBRE:
CÉDULA: 26 427 406	CÉDULA:
CARGO:	CARGO: