



Memoria justificativa de la elaboración del DECRETO XX/2022, de XX de diciembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón.

1. Objeto y justificación.

Aragón es una de las Comunidades pioneras a nivel nacional en regular la publicidad Sanitaria. La primera regulación al respecto surge con el Decreto 187/1997 de 18 de noviembre del Gobierno de Aragón, que regulaba el Visado de publicidad médico-sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón. Este Decreto fue derogado por el Decreto 240/2005, de 22 de noviembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón.

El entorno en el que se desarrolla la publicidad es muy dinámico y variable. El desarrollo de las nuevas tecnologías, internet y las redes sociales, han hecho mucho más complejo el proceso de regulación y control y, por ello, parece oportuno realizar una actualización de la legislación que contemple esta nueva realidad en relación al proceso de Autorización de la Publicidad Sanitaria.

Dado que no existe legislación estatal, y que pocas Comunidades Autónomas tienen regulación al respecto, son escasos los referentes cercanos con los que se cuenta para elaborar una regulación adecuada de la materia.

Si bien la publicidad objeto de regulación es la que se difunde en el ámbito de nuestra comunidad autónoma, hay que incidir en que la publicidad en muchos casos no tiene un marco geográfico concreto, hay publicidad producida en otros ámbitos geográficos pero que tiene impacto también en nuestro territorio, y viceversa, lo que complica todavía más esta regulación. A pesar de ello, la norma en tramitación pretende regular la intervención de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón y la responsabilidad de los actores interesados (centros y establecimientos sanitarios y agencias) en esta actividad.

El artículo 71. 55^a del Estatuto de Autonomía de Aragón atribuye a la Comunidad Autónoma competencia exclusiva en materia de sanidad y salud pública, en especial, la organización, el funcionamiento, la evaluación, la inspección y el control de centros servicios y establecimientos sanitarios.



Por su parte, el artículo 77. 1ª del Estatuto de Autonomía, prevé la competencia ejecutiva de la Comunidad Autónoma de Aragón en materia de gestión de la asistencia sanitaria de la Seguridad Social.

La Ley 6/2002, de 15 de abril, de Salud de Aragón, señala en su artículo 1.1 que la misma tiene por objeto la regulación general de todas las acciones que permitan hacer efectivo el derecho a la protección de la salud reconocido en los artículos 43 y concordantes de la Constitución.

Igualmente, la Ley 6/2002 regula en su Título V la ordenación del Sistema de Salud de Aragón, en el que se integra y se articula funcionalmente el conjunto de actividades, servicios y prestaciones que tienen por finalidad la promoción y protección de la salud, la prevención de la enfermedad y la asistencia sanitaria en los casos de pérdida de la salud, asimismo recoge en el artículo 29 apartado i), como actuaciones del Sistema de Salud de Aragón, el control de la publicidad sanitaria.

El artículo 42 del texto refundido de la Ley del Presidente o Presidenta y del Gobierno de Aragón, dispone que la iniciativa para la elaboración de reglamentos corresponderá a los miembros del Gobierno en función de la materia.

Mediante Decreto 240/2005, de 22 de noviembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón, (BOA de 14 de diciembre de 2005), se reguló el ejercicio de esta competencia.

Habiendo transcurrido más de 15 años desde el inicio de su vigencia, se han sucedido cambios de relevancia del marco normativo europeo, estatal y autonómico que afectan al objeto del Decreto, tanto a nivel general como sectorial. Tanto dichos cambios, como la experiencia acumulada durante los años de su aplicación, ponen de manifiesto la necesidad de actualizar la legislación autonómica relativa a la publicidad sanitaria.

Cabe destacar, entre dichos cambios normativos, los siguientes:

- Ley 29/2009, por la que se modifica el Régimen Legal de Competencia Desleal y de la Publicidad para la mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios. Esta Ley realiza la transposición al ordenamiento interno español de la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa, y la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas y sus relaciones con los consumidores en



el mercado interior; modificando la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal y la Ley 24/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo.

- Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.

-El Decreto 122/2020, de 9 de diciembre, del Gobierno de Aragón, aprueba la actual estructura orgánica del Departamento de Sanidad y del Servicio Aragonés de Salud, figurando, entre otras, las funciones de la Dirección General de Asistencia Sanitaria. En dicha Dirección General se incardina el Servicio de Evaluación y Acreditación, a quien corresponde, entre otras, la regulación, control y vigilancia de la publicidad sanitaria.

En ejercicio de la competencia otorgada con carácter general por la Ley 6/2002, de 15 de abril, de Salud de Aragón, que en su Disposición Final Cuarta faculta al Gobierno de Aragón para que dicte las normas de carácter general y reglamentario necesarias para el desarrollo y aplicación de la Ley, se hace necesario establecer la normativa para regular la autorización de Publicidad Sanitaria en Aragón.

A modo de resumen el presente Decreto tiene por tanto el objeto de establecer un nuevo marco regulador de la publicidad sanitaria que se realiza en el ámbito de esta Comunidad Autónoma, que sustituya al que hasta ahora venía determinado por el Decreto 240/2005, de 22 de noviembre del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de la publicidad sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón.

2. Contenido.

Los principales cambios que aporta el nuevo Decreto, son:

- Se cambia el responsable que otorga la autorización administrativa de la publicidad sanitaria en Aragón. En el anterior Decreto era responsabilidad de los Directores provinciales, cada uno en su provincia, y ahora la responsabilidad se unifica para toda la Comunidad Autónoma en el Director General responsable de estos cometidos, según el Decreto de estructura vigente.



- Se pasa de tener tres registros de publicidad provinciales, a un registro único autonómico de Publicidad Sanitaria al que pueden acceder todas las unidades administrativas que intervienen en el procedimiento de autorización. Esta unificación optimiza el control de la publicidad en la Comunidad Autónoma y lo hace ser más ágil y eficiente.
- Se simplifica la participación de personal por parte de la administración en la Comisión de Publicidad, sin perder efectividad, con la finalidad de realizar una mejor gestión de los recursos humanos disponibles.
- Se simplifica el proceso administrativo del procedimiento de autorización, al no requerir renovar la autorización de una actividad publicitaria ya autorizada cada tres años, mientras no haya cambios sustanciales en la publicidad emitida, lo que reduce el coste del procedimiento y lo hace ser más eficiente.
- Se incluye un artículo que da un marco sobre los criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.

3. Tramitación.

El proyecto de Decreto se ha tramitado conforme al Título VIII del texto refundido de la Ley del Presidente o Presidenta y del Gobierno de Aragón, aprobado por el Decreto Legislativo 1/2022, de 6 de abril, del Gobierno de Aragón.

El Decreto cumple los principios de buena regulación: Es necesaria adaptar la legislación vigente a los nuevos retos y a los cambios legislativos sectoriales publicados que le afectan, incorporando la experiencia de trabajo realizado en los últimos años.

Es eficaz y proporcional, al no imponer cargas adicionales a los administrados sino, por el contrario, pretender clarificar y agilizar el régimen de organización y funcionamiento de la administración en esta materia. El documento ofrece un marco y unos criterios razonables para poder llevar a cabo el control de la publicidad, el procedimiento cuenta con la opinión de los colegios profesionales. con lo cual se asegura que su criterio también esté presente a la hora de la autorización. En el procedimiento para su aprobación se ha tenido en cuenta la opinión de los colegios profesionales, ya que se ha sometido al trámite previo de audiencia de las asociaciones más representativas con intereses en el sector, así como al trámite de información pública, y al de consulta pública previa, conforme a los artículos 43 y 47 del texto refundido de la Ley del Presidente o Presidenta y del Gobierno de Aragón. Estos dos últimos trámites, unidos a la publicación en el portal de Transparencia de todos los



documentos obrantes en el expediente, garantizan la transparencia durante su tramitación.

Se ha solicitado los preceptivos informes a la Secretaría General Técnica en materia de impacto de género e impacto en los derechos de personas con discapacidad, conforme a las leyes sectoriales vigentes: artículo 18 de la Ley 7/2018, de 28 de junio, de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Aragón, y artículo 78 de la Ley 5/2019, de 21 de marzo, de derechos y garantías de personas con discapacidad en Aragón. No obstante, se incluye una estimación aproximada en ambos casos en la presente Memoria.

4. Impacto social y económico.

El Decreto no genera impacto negativo en la actividad económica, antes bien, agiliza los trámites para ejercer la actividad publicitaria por el sector sanitario privado. No impone compromisos financieros adicionales que deba asumir la Comunidad con cargo a su presupuesto.

Las peticiones de autorización de publicidad van ligadas a una tasa, que afecta de forma positiva a los recursos económicos de la Comunidad: la Tasa 13, Tarifa 45, *Autorización de publicidad de productos sanitarios*, cuyo hecho imponible es la tramitación administrativa de autorizaciones de publicidad de productos sanitarios y el importe 50,70 euros, de acuerdo con la regulación introducida por el artículo Siete.2 de la Ley 7/2021, de 7 de octubre, por la que se modifican el Texto Refundido de las Tasas de la Comunidad Autónoma de Aragón, aprobado por Decreto Legislativo 1/2004, de 27 de julio, del Gobierno de Aragón, y la Ley 5/2006, de 22 de junio, de tasas y precios públicos de la Comunidad Autónoma de Aragón.

5. Impacto de género.

El ámbito de aplicación y objetivos generales del proyecto normativo permiten afirmar que se parte de un contexto en el que no existen posibles desigualdades de género previas por lo que con su aprobación no se prevé modificación alguna de esta situación, siendo neutra la valoración del impacto de género.

En los casos en que la norma utiliza sustantivos de género gramatical masculino para referirse a personas, cargos o puestos, debe entenderse que se hace por mera economía de la expresión, y que se utilizan de forma genérica con independencia del sexo de las personas aludidas o de los titulares de dichos cargos o puestos, con estricta igualdad en cuanto a los efectos jurídicos.